

Komplimenterwiderungsstrategien im Bulgarischen und Deutschen

INAUGURAL-DISSERTATION

zur

Erlangung des akademischen Grades
eines Doktors der Philosophie (Dr. phil.)

dem

Fachbereich Germanistik und Kunstwissenschaften
Fachgebiet Deutsch als Fremdsprache
der Philipps-Universität Marburg

vorgelegt von Dimka Stoianova Dimova
aus Tervel, Bulgarien

Marburg, 2014

Vom Fachbereich Germanistik und Kunstwissenschaften der
Philipps-Universität Marburg als Dissertation angenommen

am: 25.05.2014

Tag der Disputation am: 26.05.2014

Erstgutachter: Prof. Dr. Ruth Albert

Zweitgutachter: Prof. Dr. Rüdiger Zimmermann

Danksagung

Ich möchte mich an dieser Stelle bei einer Reihe von Menschen bedanken, die mich auf diesem langen Weg begleitet haben.

Mein besonderer Dank gilt meiner Betreuerin, Prof. Dr. Ruth Albert, die jedes Kapitel des Manuskripts gelesen hat und mir wichtige konstruktive Vorschläge und Denkanstöße gegeben hat.

Außerdem bedanke ich mich ganz herzlich bei Herrn Prof. Dr. Rüdiger Zimmermann für seine Bereitschaft, meine Doktorarbeit als Zweitgutachter zu betreuen.

Des Weiteren danke ich ganz herzlich Claire Martin, Dr. Chiara Cerri, Vera Opitz, Inga Petter, Kirstin Mootz und Dr. Inna Gushchina für das Korrekturlesen und für die langen aufmunternden Gespräche, aber vor allem für den Glauben an mich. Radka Nikolova und meiner Schwester danke ich für das offene Ohr, das sie in Krisenzeiten immer für mich hatten. Mein Dank gilt auch Slave Hasinović für seine große Unterstützung in der Anfangsphase dieser Arbeit.

Dr. Dimitar Dimitrakiev und Dr. Svetlana Dimitrakieva danke ich dafür, dass sie mir die Durchführung der Untersuchung in Bulgarien ermöglicht haben, ohne ihre Hilfe wäre sie nicht möglich gewesen. Und nicht zuletzt gilt mein außerordentlicher Dank allen Probandinnen und Probanden, ohne die diese Arbeit nicht möglich gewesen wäre.

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	7
Abbildungsverzeichnis	8
Tabellenverzeichnis	11
1. Einleitung	17
2. Die sprechakttheoretischen Ansätze	24
2.1 Die Sprechakttheorie (Austin)	24
2.2 Searles Weiterentwicklung der Sprechakttheorie und die Kritik daran	27
2.3 Die Sprechakttaxonomie von Weigand	29
2.3.1 Das Modell des dialogischen Handlungsspiels	29
2.3.2 Fundamentale Funktionsklassen nach Weigand	34
3. Die Höflichkeitsansätze	37
3.1 Die Konversationsmaximen von Grice	37
3.2 Das Maxime-Modell von Leech	40
3.3 Das <i>face</i> -orientierte Höflichkeitsmodell von Brown/Levinson	46
3.3.1 Gesichtsbedrohende Akte (GBA/FTAs) und Strategien zu ihrer Ausführung	49
3.3.2 Positive Höflichkeitsstrategien	56
3.3.3 Negative Höflichkeitsstrategien	58
4. Komplimenterwiderungen	61
4.1 Frühere Untersuchungen zu Komplimenterwiderungen	62
4.2 Komplimente und Komplimenterwiderungen	73
4.2.1 Häufige Komplimentthemen	75
4.2.2 Funktionen von Komplimenten und Komplimenterwiderungen	78
4.2.3 Komplimenterwiderungstypen	79
4.3 Klassifizierungssysteme	83
4.3.1 Pomerantz (1978)	83
4.3.2 Herbert (1986, 1989)	85
4.3.3 Herbert/Straight (1989) und Holmes (1988)	88
4.3.4 Chen (1993) und Chen/Yang (2010)	91
4.3.5 Angewandte Klassifikation	97
4.4 Der Einfluss verschiedener Faktoren auf Komplimenterwiderungen	99

4.4.1	Komplimentthemen	99
4.4.2	Geschlecht	101
4.4.3	Macht (Power) / Status	106
4.4.4	Soziale Distanz	108
5.	Relevanz der Höflichkeitsmodelle für die Diskussion der Ergebnisse	111
6.	Datenerhebung	119
6.1	Vorüberlegungen zur Wahl der empirischen Methode	119
6.1.1	Die angewandte Methode – Discourse Completion Test (DCT)	125
6.1.2	Pretest	126
6.2	Aufbau des Fragebogens	128
6.3	Gütekriterien der Datenerhebung	133
6.4	Probanden	134
6.5	Auswertung	135
7.	Datenauswertung	137
7.1	Analyse der einzelnen Situationen	138
7.2	Komplimentthemen	163
7.2.1	Äußeres Erscheinungsbild	163
7.2.2	Besitz	169
7.2.3	Leistungen und Fähigkeiten	176
7.2.4	Komplimentthemen im Vergleich	180
7.3	Status	186
7.3.1	Gleicher Status der Interaktanten	186
7.3.2	Höherer Status des Komplimentempfängers	190
7.3.3	Niedrigerer Status des Komplimentempfängers	195
7.3.4	Status im Vergleich	199
7.4	Soziale Distanz	205
7.4.1	Geringe soziale Distanz	205
7.4.2	Große soziale Distanz	209
7.4.3	Soziale Distanz im Vergleich	213
7.5	Geschlechtsspezifisches Komplimentenwiderungsverhalten	218
7.5.1	Komplimentthemen und Geschlecht	218
7.5.2	Status und Geschlecht	225
7.5.3	Soziale Distanz und Geschlecht	232

7.5.4 Geschlechtsspezifische Unterschiede im Bulgarischen	238
7.5.5 Geschlechtsspezifische Unterschiede im Deutschen	241
7.5.6 Geschlechtsspezifische Unterschiede im Vergleich	244
7.6 Komplimenterwiderungsstrategien im Bulgarischen und Deutschen	248
8. Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse	251
8.1 Komplimenterwiderungsstrategien im Bulgarischen und Deutschen	252
8.2 Komplimentthemen	261
8.2.1 Komplimentthemen und Geschlecht	261
8.2.2 Komplimentthemen und Sprachgemeinschaft	268
8.3 Status	271
8.3.1 Status und Geschlecht	272
8.3.2 Status und Sprachgemeinschaft	275
8.4 Soziale Distanz	277
8.4.1 Soziale Distanz und Geschlecht	277
8.4.2 Soziale Distanz und Sprachgemeinschaft	279
8.5 Geschlechtsspezifische Besonderheiten	282
9. Ausblick	287
Literaturverzeichnis	288
Anhang	309
Anhang I:	310
Fragebogen AB/deutsche Version	310
Fragebogen AB/bulgarische Version	313
Anhang II:	316
Pretest-Fragebogen AB/deutsche Version	316
Pretest-Fragebogen AB/deutsche Version	321
Anhang III: Tabellen	326
Anhang IV: Beispielantworten für Komplimenterwiderungen	329

Abkürzungsverzeichnis

ABL	Ablehnen
DCT	<i>Discourse Completion Test</i>
F	Frauen
FN	Fußnote
FTA	<i>face threatening act</i>
GBA	Gesichtsbedrohender Akt
H	Hörer
K	Kombinationen
KE-S	Komplimenterwiderungssituation(en)
KG	Komplimentgeber
M	Männer, männlich
MBG	bulgarische Männer
MD	deutsche Männer
P	Power
R	Rank
S	Sprecher
SD	Soziale Distanz
W	weiblich
WBG	bulgarische Frauen
WD	deutsche Frauen

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Dialogisches Grundprinzip (Weigand 2003: 14), abgebildet nach Grein (2007: 25)	30
Abb. 2: Minimales Handlungsspiel (Weigand 2003: 23), abgebildet nach Grein (2007: 25)	31
Abb. 3: Sprechakt als kommunikative Handlung (Weigand 2003: 24), abgebildet nach Grein (2007: 26)	32
Abb. 4: Sprechakt als Äußerungsmenge (Weigand 2003: 26)	33
Abb. 5: Fundamentale Funktionsklassen (Weigand 2003: 81-97), abgebildet nach Grein (2007: 29)	34
Abb. 6: Funktionsklasse der Repräsentative (Weigand 2003: 93), abgebildet nach Grein (2007: 31)	35
Abb. 7: Mögliche Strategien zur Ausführung von FTAs (Brown/Levinson 1987: 60)	50
Abb. 8: Das minimale Handlungsspiel „Kompliment – Komplimenterwiderung“	74
Abb. 9: Taxonomie der Komplimenterwiderungstypen im <i>Agreement</i> -Bereich (Herbert 1986, 1989)	86
Abb. 10: Taxonomie der Komplimenterwiderungstypen im <i>Nonagreement</i> -Bereich (Herbert 1986, 1989)	87
Abb. 11: Anzahl der Probanden in den vier Altersgruppen (A-D)	135
Abb. 12: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien in Situation 1	139
Abb. 13: Distribution der ANNAHMESTRATEGIEN in Situation 1	140
Abb. 14: Distribution der AUSWEICHSTRATEGIEN in Situation 1	142
Abb. 15: Distribution der ABLEHNUNGSSTRATEGIEN in Situation 1	143
Abb. 16: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien in Situation 6	144
Abb. 17: Distribution der ANNAHMESTRATEGIEN in Situation 6	145
Abb. 18: Distribution der AUSWEICHSTRATEGIEN in Situation 6	146
Abb. 19: Distribution der ABLEHNUNGSSTRATEGIEN in Situation 6	147
Abb. 20: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien in Situation 2	149
Abb. 21: Distribution der ANNAHMESTRATEGIEN in Situation 2	150
Abb. 22: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien in Situation 5	152
Abb. 23: Distribution der ANNAHMESTRATEGIEN in Situation 5	152
Abb. 24: Distribution der AUSWEICHSTRATEGIEN in Situation 5	153
Abb. 25: Distribution der ABLEHNUNGSSTRATEGIEN in Situation 5	155
Abb. 26: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien in Situation 3	156
Abb. 27: Distribution der ANNAHMESTRATEGIEN in Situation 3	157
Abb. 28: Distribution der AUSWEICHSTRATEGIEN in Situation 3	158
Abb. 29: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien in Situation 4	160
Abb. 30: Distribution der ANNAHMESTRATEGIEN in Situation 4	160

Abb. 31: Distribution der AUSWEICHSTRATEGIEN in Situation 4	161
Abb. 32: Distribution der Hauptstrategie ANNEHMEN beim Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“ in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft	164
Abb. 33: Distribution der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN beim Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“ in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft	166
Abb. 34: Distribution der Hauptstrategie ANNEHMEN beim Komplimentthema „Besitz“ in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft	170
Abb. 35: Distribution der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN beim Komplimentthema „Besitz“ in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft	172
Abb. 36: Distribution der Hauptstrategie ABLEHNEN beim Komplimentthema „Besitz“ in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft	174
Abb. 37: Distribution der Hauptstrategie ANNEHMEN beim Komplimentthema „Leistungen/Fähigkeiten“ in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft	176
Abb. 38: Distribution der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN beim Komplimentthema „Leistungen/Fähigkeiten“ in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft	178
Abb. 39: Distribution der Hauptstrategie ANNEHMEN bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit den drei Komplimentthemen	180
Abb. 40: Distribution der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit den drei Komplimentthemen	182
Abb. 41: Distribution der Hauptstrategie ABLEHNEN bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit den drei Komplimentthemen	184
Abb. 42: Distribution der Hauptstrategie ANNEHMEN bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit dem Status	199
Abb. 43: Distribution der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit dem Status	201
Abb. 44: Distribution der Hauptstrategien ABLEHNEN bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit dem Status	203
Abb. 45: Distribution der Hauptstrategie ANNEHMEN bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit der sozialen Distanz	213
Abb. 46: Distribution der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit der sozialen Distanz	215
Abb. 47: Distribution der Hauptstrategie ABLEHNEN bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit der sozialen Distanz	216

Abb. 48: Distribution der Hauptstrategie ANNEHMEN im Zusammenhang mit den drei Komplimentthemen und dem Geschlecht des Komplimentempfängers und -gebers	218
Abb. 49: Distribution der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN im Zusammenhang mit den drei Komplimentthemen und dem Geschlecht des Komplimentempfängers und -gebers	220
Abb. 50: Distribution der Hauptstrategie ABLEHNEN im Zusammenhang mit den drei Komplimentthemen und dem Geschlecht des Komplimentempfängers und -gebers	222
Abb. 51: Distribution der Hauptstrategie ANNEHMEN im Zusammenhang mit dem Status und dem Geschlecht des Komplimentempfängers und -gebers	225
Abb. 52: Distribution der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN im Zusammenhang mit dem Status und dem Geschlecht des Komplimentempfängers und -gebers	227
Abb. 53: Distribution der Hauptstrategie ABLEHNEN im Zusammenhang mit dem Status und dem Geschlecht des Komplimentempfängers und -gebers	229
Abb. 54: Distribution der Hauptstrategie ANNEHMEN im Zusammenhang mit der SD und dem Geschlecht des Komplimentempfängers und -gebers	232
Abb. 55: Distribution der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN im Zusammenhang mit der SD und dem Geschlecht des Komplimentempfängers und -gebers	234
Abb. 56: Distribution der Hauptstrategie ABLEHNEN im Zusammenhang mit der SD und dem Geschlecht des Komplimentempfängers und -gebers	236

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Felicity Conditions of Compliment and Compliment Response	26
Tabelle 2:	Die Maximen von Leech (1983: 132)	41
Tabelle 3:	Taxonomie der Komplimenterwiderungstypen bei Herbert/Straight (1989) und Holmes (1988)	89
Tabelle 4:	Taxonomie der Komplimenterwiderungstypen bei Chen (1993) und Chen/Yang (2010)	96
Tabelle 5:	Englische und deutsche Bezeichnungen für die Komplimenterwiderungsstrategien	98
Tabelle 6:	Zuordnung der Komplimenterwiderungsstrategien zu den Maximen von Leech (1983)	115
Tabelle 7:	Komplimenterwiderungssituationen	130
Tabelle 8:	Distribution der häufigsten kombinierten ANNAHMESTRATEGIEN in Situation 6	145
Tabelle 9:	Distribution der häufigsten kombinierten ANNAHMESTRATEGIEN in Situation 5	153
Tabelle 10:	Distribution der häufigsten kombinierten ANNAHMESTRATEGIEN in Situation 3	157
Tabelle 11:	Distribution der häufigsten kombinierten ANNAHMESTRATEGIEN in Situation 4	161
Tabelle 12:	Distribution der häufigsten kombinierten AUSWEICHSTRATEGIEN in Situation 4	162
Tabelle 13:	ANNAHMESTRATEGIEN beim Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“ in der Reihenfolge ihrer Vorkommenshäufigkeit in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft	164
Tabelle 14:	Distribution der häufigsten Kombinationen im ANNAHME-Bereich beim Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“ unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers	165
Tabelle 15:	AUSWEICHSTRATEGIEN beim Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“ in der Reihenfolge ihrer Vorkommenshäufigkeit in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft	167
Tabelle 16:	Beobachtete Häufigkeiten der drei Hauptstrategien sowie der Strategie „Ignorieren“ beim Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“ in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht des Komplimentempfängers und der Sprachgemeinschaft	169
Tabelle 17:	ANNAHMESTRATEGIEN bei Besitzkomplimenten in der Reihenfolge ihrer Vorkommenshäufigkeit in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft	170

Tabelle 18: Distribution der häufigsten Kombinationen im ANNAHME-Bereich bei Besitzkomplimenten unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers	171
Tabelle 19: AUSWEICHSTRATEGIEN bei Besitzkomplimenten in der Reihenfolge ihrer Vorkommenshäufigkeit in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft	172
Tabelle 20: Distribution der häufigsten Kombinationen im AUSWEICH-Bereich bei Besitzkomplimenten unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers	173
Tabelle 21: ABLEHNUNGSSTRATEGIEN bei Besitzkomplimenten in der Reihenfolge ihrer Vorkommenshäufigkeit in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft	174
Tabelle 22: Beobachtete Häufigkeiten der drei Hauptstrategien beim Komplimentthema „Besitz“ in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht des Komplimentempfängers	175
Tabelle 23: ANNAHMESTRATEGIEN beim Komplimentthema „Leistungen/Fähigkeiten“ in der Reihenfolge ihrer Vorkommenshäufigkeit in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft	177
Tabelle 24: Distribution der häufigsten Kombinationen im ANNAHME-Bereich beim Komplimentthema „Leistungen/Fähigkeiten“ unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers	177
Tabelle 25: AUSWEICHSTRATEGIEN beim Komplimentthema „Leistungen/Fähigkeiten“ in der Reihenfolge ihrer Vorkommenshäufigkeit in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft	179
Tabelle 26: Distribution der häufigsten Kombinationen im AUSWEICH-Bereich beim Komplimentthema „Leistungen/Fähigkeiten“ unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers	179
Tabelle 27: Distribution der häufigsten kombinierten ANNAHMESTRATEGIEN bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit den drei Komplimentthemen	182
Tabelle 28: Beobachtete Häufigkeiten der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN bei den drei Komplimentthemen und den Sprachgemeinschaften	183
Tabelle 29: Distribution der häufigsten kombinierten AUSWEICHSTRATEGIEN bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit den drei Komplimentthemen	184
Tabelle 30: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit den drei Komplimentthemen	185
Tabelle 31: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien bei einem gleichen Status der Interaktanten in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft	187

Tabelle 32: Distribution der häufigsten Kombinationen im ANNAHME-Bereich bei gleichem Status der Interaktanten unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers	188
Tabelle 33: Distribution der häufigsten Kombinationen im AUSWEICH-Bereich bei gleichem Status der Interaktanten unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers	188
Tabelle 34: Beobachtete Häufigkeiten der drei Hauptstrategien sowie der Strategie „Ignorieren“ bei einem gleichen Status der Interaktanten unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers	189
Tabelle 35: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien bei höherem Status des Komplimentempfängers und niedrigerem des Komplimentgebers in den Probandengruppen, differenziert nach Geschlecht und Sprachgemeinschaft	191
Tabelle 36: Distribution der häufigsten Kombinationen im ANNAHME-Bereich bei höherem Status des Komplimentempfängers und niedrigerem des Komplimentgebers	192
Tabelle 37: Beobachtete Häufigkeiten der drei Hauptstrategien bei einem höheren Status des Komplimentempfängers und einem niedrigeren des Komplimentgebers in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht des Komplimentempfängers	194
Tabelle 38: Beobachtete Häufigkeiten der drei Hauptstrategien bei einem höheren Status des Komplimentempfängers und einem niedrigeren des Komplimentgebers in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht des Komplimentgebers	194
Tabelle 39: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien bei niedrigerem Status des Komplimentempfängers und höherem des Komplimentgebers in den Probandengruppen, differenziert nach Geschlecht und Sprachgemeinschaft	196
Tabelle 40: Distribution der häufigsten Kombinationen im ANNAHME-Bereich bei niedrigerem Status des Komplimentempfängers und höherem des Komplimentgebers	197
Tabelle 41: Distribution der Kombinationen im AUSWEICH-Bereich bei niedrigerem Status des Komplimentempfängers und höherem des Komplimentgebers	198
Tabelle 42: Beobachtete Häufigkeiten der Hauptstrategie ANNEHMEN bei Bulgaren und Deutschen in den drei Statuskonstellationen	200
Tabelle 43: Distribution der häufigsten kombinierten ANNAHMESTRATEGIEN bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit dem Status	200
Tabelle 44: Beobachtete Häufigkeiten der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN bei Bulgaren und Deutschen in den drei Statuskonstellationen	202
Tabelle 45: Distribution der häufigsten kombinierten AUSWEICHSTRATEGIEN bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit dem Status	202
Tabelle 46: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit dem Status	204
Tabelle 47: Beobachtete Häufigkeiten der drei Hauptstrategien bei geringer SD im Zusammenhang mit dem Geschlecht des Komplimentempfängers	205

Tabelle 48: Distribution der häufigsten Kombinationen im ANNAHME-Bereich bei geringer SD in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht des Komplimentempfängers und der Sprachgemeinschaft	207
Tabelle 49: Distribution der häufigsten Kombinationen im AUSWEICH-Bereich bei geringer SD in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht des Komplimentempfängers und der Sprachgemeinschaft	208
Tabelle 50: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien bei geringer SD in den Probandengruppen, differenziert nach Sprachgemeinschaft und Geschlecht	209
Tabelle 51: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien bei großer SD in den vier Probandengruppen, differenziert nach Sprachgemeinschaft und Geschlecht	210
Tabelle 52: Distribution der häufigsten Kombinationen im ANNAHME-Bereich bei großer SD in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht des Komplimentempfängers und der Sprachgemeinschaft	211
Tabelle 53: Distribution der häufigsten Kombinationen im AUSWEICH-Bereich bei großer SD in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht des Komplimentempfängers und der Sprachgemeinschaft	212
Tabelle 54: Beobachtete Häufigkeiten der drei Hauptstrategien bei Bulgaren und Deutschen bei einer geringen SD	214
Tabelle 55: Distribution der häufigsten kombinierten ANNAHMESTRATEGIEN bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit der SD	214
Tabelle 56: Distribution der häufigsten kombinierten AUSWEICHSTRATEGIEN bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit der SD	216
Tabelle 57: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien bei Bulgaren und Deutschen unter Berücksichtigung der SD	217
Tabelle 58: Distribution der häufigsten kombinierten ANNAHMESTRATEGIEN im Zusammenhang mit den Komplimentthemen und dem Geschlecht des Komplimentempfängers	220
Tabelle 59: Beobachtete Häufigkeiten der drei Hauptstrategien sowie der Strategie „Ignorieren“ beim Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“ im Zusammenhang mit dem Geschlecht des Komplimentempfängers	223
Tabelle 60: Beobachtete Häufigkeiten der drei Hauptstrategien beim Komplimentthema „Besitz“ im Zusammenhang mit dem Geschlecht des Komplimentempfängers	223
Tabelle 61: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien im Zusammenhang mit den drei Komplimentthemen in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht des Komplimentempfängers und -gebers	224
Tabelle 62: Beobachtete Häufigkeiten der drei Hauptstrategien sowie der Strategie „Ignorieren“ bei einem gleichen Status der Interaktanten, aufgeteilt nach dem Geschlecht des Komplimentempfängers	225
Tabelle 63: Beobachtete Häufigkeiten der drei Hauptstrategien sowie der Strategie „Ignorieren“ bei einem gleichen Status der Interaktanten, aufgeteilt nach dem Geschlecht des Komplimentgebers	226

Tabelle 64: Distribution der häufigsten kombinierten ANNAHMESTRATEGIEN im Zusammenhang mit dem Status und dem Geschlecht des Komplimentempfängers	227
Tabelle 65: Distribution der häufigsten kombinierten AUSWEICHSTRATEGIEN im Zusammenhang mit dem Status und dem Geschlecht des Komplimentempfängers	229
Tabelle 66: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien im Zusammenhang mit dem Status und dem Geschlecht des Komplimentempfängers und -gebers	231
Tabelle 67: Beobachtete Häufigkeiten der drei Hauptstrategien bei einer geringen SD im Zusammenhang mit dem Geschlecht des Komplimentempfängers	232
Tabelle 68: Distribution der häufigsten kombinierten ANNAHMESTRATEGIEN im Zusammenhang mit der sozialen Distanz und dem Geschlecht des Komplimentempfängers	234
Tabelle 69: Distribution der häufigsten kombinierten AUSWEICHSTRATEGIEN im Zusammenhang mit der sozialen Distanz und dem Geschlecht des Komplimentempfängers	235
Tabelle 70: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien im Zusammenhang mit der sozialen Distanz und dem Geschlecht des Komplimentempfängers und -gebers	237
Tabelle 71: Beobachtete Häufigkeiten der Hauptstrategien sowie der Strategie „Ignorieren“ im Bulgarischen unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers	239
Tabelle 72: Distribution der häufigsten kombinierten ANNAHMESTRATEGIEN im unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers	240
Tabelle 73: Distribution der häufigsten kombinierten AUSWEICHSTRATEGIEN im Bulgarischen unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers	241
Tabelle 74: Beobachtete Häufigkeiten der Hauptstrategien sowie der Strategie "Ignorieren" im Deutschen unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers	242
Tabelle 75: Distribution der häufigsten kombinierten ANNAHMESTRATEGIEN im Deutschen unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers	243
Tabelle 76: Distribution der häufigsten kombinierten AUSWEICHSTRATEGIEN im Deutschen unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers	243
Tabelle 77: Beobachtete Häufigkeiten der Hauptstrategien sowie der Strategie „Ignorieren“ unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers	244
Tabelle 78: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien bei Männern und Frauen unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers und -gebers	247
Tabelle 79: Beobachtete Häufigkeiten der drei Hauptstrategien sowie der Strategie „Ignorieren“ im Bulgarischen und Deutschen	248

Tabelle 80: Distribution der häufigsten ANNAHME-Kombinationen im Bulgarischen und Deutschen	249
Tabelle 81: Distribution der häufigsten AUSWEICH-Kombinationen im Bulgarischen und Deutschen	250
Tabelle 82: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien im Bulgarischen und Deutschen	250
Tabelle 83: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien in den einzelnen Situationen	326
Tabelle 84: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien im Bulgarischen unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers und -gebers	327
Tabelle 85: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien im Deutschen unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers und -gebers	328

1. Einleitung

Das Interesse an der sprachlichen Realisierung von Sprechakten und an dem Vergleich des gleichen Sprechakts in zwei unterschiedlichen Sprachen bzw. unterschiedlichen Kulturen mit derselben Sprache besteht schon seit langem in der linguistischen Pragmatik, und im Speziellen in der interkulturellen Pragmatik. Die Aktualität sowie die Häufigkeit der Auseinandersetzung mit diesem Thema zeigt sich insbesondere durch die zahlreichen wissenschaftlichen Untersuchungen zu einzelnen Sprechakten, wie z.B. zu Komplimenten (Manes 1983; Knapp et al. 1984; Holmes 1988; Duttlinger 1999; Probst 2003; Nicolaysen 2007; Yakimova 2009), Komplimenterwiderungen (Pomerantz 1978; Han 1992; Chen 1993; Gajaseni 1994; Nelson/Al-Batal/Echols 1996; Lorenzo-Dus 2001; Nixdorf 2002; Golato 2002, 2003; Ruhi 2006; Al-Falasi 2007; Davis 2008; Werthwein 2009; Chen/Yang 2010; Cai 2012), Komplimenten und Komplimenterwiderungen (Holmes 1986; Nelson et al. 1996; Mulo Farenkia 2004; Golato 2005; Mironovschi 2009; Adachi 2011; Behnam 2011), Entschuldigungen (Rathmayr 1996; Meyer 2007), Dankeshandlungen (Held 1995; Brehmer 2009), Kritik (Serdyukova 2007), Beschwerden (Meyer 2007; Siebold 2009), Aufforderungen/Bitten (Blum-Kulka 1987; Kim 2005; Meyer 2007; Kilchert 2011; Frank 2011), Ablehnungen (Cho 2005; Kim 2005; Grein 2007) etc.¹. In allen diesen Untersuchungen stehen verschiedene Aspekte des Vergleichs im Vordergrund, wie z.B. geschlechtsspezifische Besonderheiten, sprachspezifische Verwendung, syntaktische und lexikalische Strukturen, prosodische Mittel etc. Zudem wird meist die Realisierung von Sprechakten in der alltäglichen und eher selten jene in der beruflichen Kommunikation untersucht. Während einige Sprachen in Bezug auf verschiedene Sprechakte gut untersucht sind, bleiben andere eher unberücksichtigt. Vor allem für die Sprachen Englisch², Deutsch, Russisch, Chinesisch, Spanisch und Japanisch existieren viele linguistische Arbeiten, die verschiedene Sprechakte kontrastiv oder einzelsprachlich untersuchen. Im Hinblick darauf, dass ein Vergleich des Sprechakts der Komplimenterwiderung für das Sprachenpaar Deutsch-Bulgarisch in der bis dato erschienenen Forschungsliteratur ein Desiderat darstellt, strebt diese Arbeit an, diese Lücke zu schließen.

¹ Es handelt sich hier um eine sehr geringe Auswahl aus der Vielzahl an Untersuchungen zu einzelnen Sprechakten in verschiedenen Sprachen, wobei nicht alle dieser Untersuchungen kontrastiv vorgehen.

² Hier wurde vor allem das Kompliment(erwiderungs)verhalten von Amerikanern und Briten untersucht, erheblich weniger das von Neuseeländern, Südafrikanern, Australiern und Kanadiern, kaum das von Philippinern und gar nicht das von Indern.

Die vorliegende Arbeit befasst sich im Rahmen einer kontrastiven Analyse mit den verbalen Komplimenterwiderungsstrategien bulgarischer und deutscher Muttersprachler³ und beruht auf empirischen Daten. Der Sprechakt „Komplimenterwiderung“ wird unter Einbeziehung sprechakttheoretischer Ansätze (Austin 1979, Searle 1971, Weigand 2003) sowie der Höflichkeitsmodelle von Brown/Levinson (1987) und Leech (1983) durchleuchtet. Das Hauptaugenmerk dieser Untersuchung liegt darauf, die Distribution und Häufigkeit der Komplimenterwiderungsstrategien in beiden Sprachgemeinschaften sowie die Gemeinsamkeiten und Unterschiede bei ihrem Einsatz zu beschreiben. Darüber hinaus soll die Arbeit die Parallelen bzw. Unterschiede aufzeigen, die sich aus der Variation der Variablen „Komplimentthema“, „soziale Distanz“ und „Status“ ergeben, die die jeweilige Sprechaktrealisierung beeinflussen und zudem kulturspezifisch sind. Nicht zuletzt gehört zum Untersuchungsgegenstand der Arbeit das geschlechtsspezifische Komplimenterwiderungsverhalten sowohl innerhalb der jeweiligen Sprachgemeinschaft als auch sprachübergreifend.

Komplimente und Komplimenterwiderungen sind Sprechakte, die uns im Alltag ständig begegnen und zur kommunikativen Routine gehören. Die Rolle der Komplimente für die Beziehungspflege und die Erhaltung von sozialen Kontakten sowie für die Schaffung einer angenehmen Gesprächsatmosphäre wurde immer wieder betont und in vielen Arbeiten nachgewiesen. Obwohl das Komplimentgeschehen weitgehend ritualisiert ist und mehr oder weniger automatisiert zu verlaufen scheint, kann es trotzdem zu Missverständnissen führen, da Sprechakte je nach herrschenden Konventionen, Normen und Wertesystemen in der entsprechenden Sprachgemeinschaft beurteilt werden und sich an einem „Verhaltenskodex“ (Duttlinger 1999: 32) orientieren. Bei Komplimenten läuft man einerseits Gefahr, ein falsches Komplimentthema auszuwählen, das in der entsprechenden Kultur tabuisiert ist oder gar nicht als komplimentwürdig betrachtet wird. Andererseits kann das Ausbleiben von Komplimenten, wenn diese in bestimmten Situationen erwartet werden, sich negativ auf die Beziehungsebene auswirken. In Kulturen mit stark ausgeprägten Hierarchieverhältnissen z.B. sind Komplimente gegenüber Höherstehenden eher unangemessen und unangebracht, in arabischen Kulturen sind Komplimente gegenüber Frauen, vor allem von männlichen Komplimentgebern, mit Bedacht zu verwenden.

³ Im folgenden Verlauf der Arbeit wird der besseren Lesbarkeit halber die generische maskuline Form verwendet. Dabei sind selbstverständlich sowohl männliche als auch weibliche Sprecher, Hörer, Komplimentgeber und -empfänger, Muttersprachler etc. gemeint.

Hinsichtlich der Komplimentantworten hat bereits Pomerantz (1978) in ihrem Artikel hervorgehoben, dass Sprecher verschiedener Sprachen oder Sprachvarietäten unterschiedlichen Mustern folgen, wenn sie auf Komplimente reagieren. Nicht nur Komplimente, sondern auch Komplimentantworten können zu falschen Interpretationen führen und Missverständnisse bezüglich der Absichten des Sprechers verursachen, wenn ihre intendierte illokutionäre Kraft in den unterschiedlichen Kulturen abweicht (vgl. dazu auch Holmes 1986: 502). Wenn im arabischen Sprachraum nach dem Erhalt des Kompliments das komplimentierte Objekt dem Komplimentgeber angeboten wird, bedeutet das nicht, dass man das Angebot auch annehmen sollte⁴, sondern eher, dass der Komplimentempfänger entsprechend der geltenden Höflichkeitskonvention für seine Kultur gehandelt hat.

Komplimente und somit Komplimenterwiderungen werden mit dem Phänomen Höflichkeit assoziiert. Laut Probst (2003: 210) dient der Austausch von Komplimenten in den meisten Sprachgemeinschaften als gängige Höflichkeitsstrategie. In der Theorie von Brown/Levinson (1987) gehören Komplimente zu den positiven Höflichkeitsstrategien, können aber gleichzeitig das *face* des Komplimentempfängers bedrohen (1987: 66). Je nachdem, ob das erhaltene Kompliment als Solidaritätsangebot oder als *face threatening act* empfunden wurde, kann die sprachliche Reaktion darauf verschieden ausfallen. Das Kompliment kann angenommen, aber auch abgelehnt oder ignoriert werden. Man kann sich dafür bedanken oder das „verbale Geschenk“ in Form eines Gegenkompliments zurückgeben. Ferner wird die verbale Reaktion auf das Kompliment von verschiedenen Faktoren beeinflusst: von dem Beziehungsgeflecht zwischen den Interaktionspartnern (soziale Distanz) sowie von dem hierarchischen Gefälle zwischen ihnen (Status), von den Situationsbedingungen und dem Komplimentthema und nicht zuletzt von dem Geschlecht des Komplimentgebers.⁵

Diese Arbeit verfolgt nicht das Ziel, sich mit allen möglichen Höflichkeitstheorien auseinanderzusetzen. Noch weniger strebt sie an, eine weitere Definition des Höflichkeitsbegriffes zu liefern, da dies in vielen anderen Untersuchungen aus unterschiedlichen Gesichtspunkten zu Genüge versucht wurde und eher zu „einer begrifflichen Verwirrung“ (Thaler 2012: 15) als zu Klarheit geführt hat. Ehrhardt (2011: 23) weist ebenso auf die Schwierigkeit hin, den „alltagssprachliche[n] Höflichkeitsbegriff“ zu operationalisieren, da sich seine „saubere“ Abgrenzung von Begriffen wie „Anstand“, „Takt“ und „Freundlichkeit“ als

⁴ Das bedeutet natürlich nicht, dass Angebote als Komplimentantworten generell unernst gemeint sind.

⁵ Es handelt sich hier lediglich um eine Auswahl von Variablen, die sich auf die Komplimentantwort auswirken.

schwierig erweist. Bublitz (2011: 22) macht seinerseits darauf aufmerksam, dass in der wissenschaftlichen Fachliteratur von „diversen Höflichkeiten“ die Rede ist und somit eine klare Definition bis dato fehlt.⁶ Mit Recht wendet Ehrhardt (2011: 23) ein, dass der Begriff „Höflichkeit“ „immer eine moralische Wertung [enthält]“, da er ein bestimmtes Verhalten basierend auf gesellschaftlichen Normen als richtig oder falsch darstellt. Letztendlich kann nur der Komplimentempfänger vor dem Hintergrund seiner kulturellen Prägung entscheiden, ob er z.B. ein Kompliment als höflich oder unhöflich empfunden hat und wie er darauf reagiert hat. Aus diesem Grund beschränkt sich diese Arbeit auf die kontrastive Analyse des Komplimenterwiderungsverhaltens im Deutschen und Bulgarischen, ohne daraus Schlüsse über die (Un)höflichkeit der einen oder der anderen Sprachgemeinschaft ziehen zu wollen. Die Beurteilung einer Sprachgemeinschaft oder der Frauen bzw. Männer anhand der Realisierung bestimmter Sprechakte als (un)höflich ist m.E. nicht möglich, da Höflichkeit sehr eng mit der Kultur einer Sprachgemeinschaft zusammenhängt und „weder mit bestimmten Sprechakten noch mit Klassen von Akten identifiziert werden kann“ (Ehrhardt 2002: 91). Zudem kann eine Sprachgemeinschaft je nachdem, welcher Sprechakt empirisch untersucht wurde, eine andere Gewichtung zu der *positive* oder *negative politeness* zeigen (vgl. dazu Chen 2001). Die im theoretischen Teil der Arbeit behandelten Höflichkeitsansätze dienen folglich der Diskussion der Ergebnisse, ohne daraus einen Vergleich über die Höflichkeitsgrade der untersuchten Sprachen ziehen zu wollen.

Als Erhebungsinstrument für die Datensammlung dient ein Diskursergänzungsfragebogen (Discourse Completion Test, DCT⁷), um quasi-authentische⁸ Realisierungsformen von Komplimenterwiderungen in den untersuchten Sprachen gewinnen zu können. In einem ersten Schritt werden die gewonnenen Antworten in einer qualitativen Analyse den Komplimenterwiderungsstrategien zugeordnet, um in einem zweiten Schritt im Rahmen einer quantitativen Analyse Aussagen über die Häufigkeit und die Distribution der einzelnen Strategien hinsichtlich der konkreten Fragestellungen treffen zu können. Es muss an dieser Stelle betont werden, dass die gewonnenen Ergebnisse keinen Anspruch auf

⁶ Bei Bublitz (2011: 22) z.B. ist von *alltagsdiskursiver, sozialwissenschaftlicher und linguistischer Höflichkeit* die Rede. Eelen (2001) und Watts (2003) unterscheiden zwischen *politeness1/first-order politeness* und *politeness2/second-order politeness*. Eine gute Zusammenfassung der einzelnen Kategorien von Höflichkeit ist bei Fidancheva (2013: 81ff.) zu finden.

⁷ Im Folgenden wird diese Abkürzung verwendet.

⁸ Mit „quasi-authentisch“ ist hier gemeint, dass mit dem Discourse Completion Test (DCT) zwar keine authentischen Komplimenterwiderungen gewonnen werden können, diese jedoch das Wissen der Probanden darüber wiedergeben und somit einen „quasi-authentischen“ Sprachgebrauch darstellen.

Generalisierbarkeit erheben. Als Probanden dienten Studierende der Philipps-Universität Marburg und bulgarische Studierende verschiedener Universitäten in Varna. Die Beschränkung auf studentische Probanden resultiert aus dem Bestreben nach Homogenität der Probandengruppe in Bezug auf Alter und Bildungsstand, wodurch eine bessere Vergleichbarkeit der gewonnenen Ergebnisse erzielt werden konnte.

Der Vergleich der eingesetzten Komplimenterwiderungsstrategien verfolgt das Ziel, Erkenntnisse über das Komplimenterwiderungsverhalten beider Sprachgemeinschaften zu gewinnen. Dabei soll diese Arbeit Antworten auf folgende Fragestellungen liefern:

- 1) Welche verbalen Strategien setzen Bulgaren und Deutsche ein, wenn sie auf Komplimente reagieren?
- 2) Welche Ähnlichkeiten und Unterschiede sind hinsichtlich der Distribution der eingesetzten Komplimenterwiderungsstrategien im Deutschen und Bulgarischen zu verzeichnen? Welche Strategien werden häufiger bevorzugt, welche kommen seltener zum Einsatz?
- 3) Welchen Einfluss übt das Komplimentthema auf die Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien einerseits unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers und -gebers und andererseits unter Berücksichtigung der Sprachgemeinschaft aus? Können darüber hinaus einzelne Komplimenterwiderungsstrategien mit bestimmten Komplimentthemen in Zusammenhang gebracht werden?
- 4) Welche Rolle spielt der soziale Status der Interaktanten bei der Wahl der Komplimenterwiderungsstrategie einerseits im Zusammenhang mit dem Geschlecht des Komplimentempfängers und -gebers und andererseits in Verbindung mit der jeweiligen Sprachgemeinschaft?
- 5) Wie wirkt sich das soziale Beziehungsgeflecht (soziale Distanz) zwischen den Interaktionspartnern auf die Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien bei beiden Geschlechtern sowie bei Bulgaren und Deutschen aus?
- 6) Sind geschlechtsspezifische Besonderheiten im Komplimenterwiderungsverhalten unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers und -gebers innerhalb der jeweiligen Sprachgemeinschaft sowie sprachübergreifend zu beobachten?⁹

⁹ Es muss an dieser Stelle angemerkt werden, dass bei der Analyse der geschlechtsspezifischen Besonderheiten das besondere Augenmerk auf dem Geschlecht des Komplimentempfängers liegt.

Die Ergebnisse dieser Arbeit können für die linguistische und insbesondere für die kontrastive bzw. interkulturelle Pragmatik von Interesse sein. Darüber hinaus eignen sie sich als Vergleichsbasis für zukünftige Untersuchungen im Rahmen der Lernaltersprachenpragmatik.

In dieser Arbeit werden die verbreiteten englischen Termini im Zusammenhang mit dem Thema „Höflichkeit“ kursiv gesetzt. Teilweise werden auch deutsche Termini, die sich diesbezüglich durchgesetzt haben und verbreitet sind, neben den englischen verwendet.

Die Arbeit gliedert sich in einen theoretischen und einen empirischen Teil.

Das zweite Kapitel befasst sich mit den Grundlagen der linguistischen Pragmatik und insbesondere mit der Sprechakttheorie von Austin (1979) und Searle (1971) sowie mit dem sprechakttheoretischen Ansatz von Weigand (2003).

Im Anschluss daran folgt im dritten Kapitel die Auseinandersetzung mit den Höflichkeitsansätzen, wobei das Hauptaugenmerk auf den Höflichkeitsmaximen von Leech (1983) sowie auf der Höflichkeitstheorie von Brown/Levinson (1987) liegt. Es muss jedoch angemerkt werden, dass die theoretischen Ansätze und Höflichkeitsmodelle in dieser Arbeit keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben, sondern vielmehr einen theoretischen Definitionsrahmen liefern.

Kapitel 4 gibt in einem ersten Schritt einen Forschungsüberblick über Komplimenterwiderungen. In einem zweiten Schritt wird sowohl der reaktive Sprechakt der Komplimenterwiderung als auch der initiative Sprechakt des Kompliments behandelt. Die häufigsten Komplimentthemen sowie die Funktionen von Komplimenten und Komplimenterwiderungen werden ebenfalls beleuchtet. Anschließend befasst sich das Kapitel mit der Darstellung der verbreiteten Klassifikationen für die Kategorisierung der einzelnen Komplimentantworten, um letztendlich nach Abwägen ihrer Vor- und Nachteile eine Entscheidung für die in dieser Arbeit angewandte Klassifikation zu treffen. Das Kapitel wird mit der Darstellung einiger Faktoren abgerundet, die sich auf die Komplimentantwort auswirken.

Der theoretische Teil wird mit Kapitel 5 abgeschlossen, in dem die Relevanz der in Kapitel 3 dargestellten Höflichkeitsmodelle für die Interpretation der Ergebnisse deutlich gemacht wird.

Kapitel 6 eröffnet den empirischen Teil dieser Arbeit und stellt die in der Komplimenterwiderungsforschung verbreiteten Datenerhebungsmethoden mit ihren Vor- und Nachteilen dar, um letztendlich zu der in dieser Arbeit eingesetzten Methode zu gelangen. Anschließend stellt das Kapitel den durchgeführten Pretest dar, aus dem Schlüsse für den Aufbau des eingesetzten DCT-Fragebogens gezogen wurden. Die beachteten Gütekriterien bei

der Datenerhebung sowie die Probandengruppe werden ebenfalls in diesem Kapitel vorgestellt, das mit kurzen Erläuterungen zur Datenauswertung abgeschlossen wird.

In Kapitel 7 werden die empirischen Ergebnisse dieser Untersuchung zusammengetragen. Das Kapitel wird mit der Analyse der einzelnen Situationen eröffnet, die sowohl sprach- als auch geschlechtsspezifisch differenziert erfolgt und ihren Schwerpunkt auf der Präsentation der Vorkommenshäufigkeit der einzelnen Komplimenterwiderungsstrategien hat. Anschließend wird der Einfluss des Komplimentthemas, des Status und der sozialen Distanz auf die Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien behandelt, wobei er einerseits im Zusammenhang mit dem Geschlecht und andererseits in Verbindung mit der Sprachgemeinschaft betrachtet wird. Das geschlechtsspezifische Komplimenterwiderungsverhalten wird sowohl innerhalb der jeweiligen Sprachgemeinschaft als auch sprachübergreifend analysiert. Das letzte Unterkapitel stellt in einem Vergleich die Komplimenterwiderungsstrategien im Bulgarischen und Deutschen dar, indem die Ähnlichkeiten und Unterschiede im Komplimenterwiderungsverhalten beider Sprachgemeinschaften hervorgehoben werden.

Die Diskussion der wichtigsten Ergebnisse mit Rückbindung an den theoretischen Teil sowie der Vergleich mit bereits bestehenden Ergebnissen aus anderen relevanten Untersuchungen zum Komplimenterwiderungsverhalten erfolgt in Kapitel 8.

Ein letztes Kapitel gibt eine Einschätzung der Ergebnisse und einen Ausblick auf weitere Forschungsfragen im Hinblick auf Komplimenterwiderungen.

Der Anhang beinhaltet zum einen eine der vier Varianten des Pretests für die deutschen und die bulgarischen Probanden sowie zum anderen eine der deutschsprachigen und eine der bulgarischsprachigen Varianten des zur Datenerfassung verwendeten Fragebogens. Im Anhang befinden sich auch einige Tabellen zu Kapitel 7 sowie Beispielantworten aus den untersuchten Sprachen. Ein Abbildungs-, Tabellen- und Abkürzungsverzeichnis befindet sich am Anfang dieser Arbeit.

2. Die Sprechakttheoretischen Ansätze

Die Untersuchung von Sprechakten wird in vielen linguistischen Arbeiten im Rahmen der linguistischen Pragmatik¹⁰ sowie im Speziellen der interkulturellen Pragmatik¹¹ angesiedelt und im Rahmen verschiedener Höflichkeitsansätze diskutiert. Im Folgenden werden aus diesem Grund die m.E. wichtigsten theoretischen Konzepte skizziert, auf die sich die kontrastive Beschreibung der Komplimenterwiderungen als reaktive Sprechakte in den beiden untersuchten Sprachen stützt.

Die Sprechakttheorie von Austin und Searle als Teildisziplin der linguistischen Pragmatik dient einerseits als Ausgangspunkt für die Analyse des Sprechakts der Komplimenterwiderung und andererseits als theoretische Grundlage für das bessere Verständnis der Sprechakttaxonomie von Weigand (2003). Der Ansatz von Weigand stellt eine neue Sprechakttaxonomie dar, die die Sprechakte nicht isoliert, sondern in einer minimalen Zweiersequenz beschreibt, da in der Kommunikation Sprechakte in Relation mit vorausgehenden und nachfolgenden Sprechakten stehen und dementsprechend auch so beschrieben und analysiert werden müssen.

2.1 Die Sprechakttheorie (Austin)

Eine Untersuchung, die sich mit Komplimenterwiderungen befasst, ist ohne die Berücksichtigung der Sprechakttheorie undenkbar, da sowohl Komplimente als auch Komplimenterwiderungen als „Sprechakte“ bezeichnet werden können. Die grundlegenden Überlegungen von Austin, dass man mit Äußerungen nicht nur Sachverhalte beschreiben oder Tatsachen behaupten kann, sondern dass die meisten sprachlichen Äußerungen dazu dienen, echte kommunikative Handlungen zu vollziehen, beeinflusste enorm die Entwicklung der linguistischen Pragmatik. Seine Theorie vom „Sprechen als Handeln“ (1962, dt. Übersetzung 1976) (*How to do things with words*) hat diese neue Perspektive in die Sprachphilosophie und Linguistik eingebracht. Austin geht dabei von der Perspektive des Sprechers aus (welche Absicht verfolgt der Sprecher mit dem Vollzug der Handlung) und untersucht „die Relation

¹⁰ Es wird an dieser Stelle auf eine Präsentation der zahlreichen Definitionen von (linguistischer) Pragmatik verzichtet, da dies in der Forschungsliteratur bereits mehrfach getan wurde. Ein guter Überblick zum Untersuchungsgegenstand der linguistischen Pragmatik ist bei Levinson (2000) zu finden.

¹¹ Der Vergleich der Realisierung von Sprechakten in verschiedenen Sprachgemeinschaften sowie die Suche nach universellen kulturspezifischen Kommunikationsmustern gehören laut Siebold (2008: 8f.) zum Forschungsgegenstand der interkulturellen Pragmatik (vgl. dazu auch Nixdorf 2001: 26).

zwischen einer Äußerung¹² (eines Satzes mit einer sprachlichen Struktur) und einem sprachlichen Handlungstyp (Sprechakttyp) in einer Äußerung“ (Meibauer 2001: 85). Er vertritt die Meinung, dass bestimmten Sätzen kein Wahrheitswert beigemessen werden kann, weil sie weder *falsch* noch *wahr* sind und führt Sätze, wie die folgenden an,

(1) *Ich erkläre euch hiermit zu Mann und Frau.*

(2) *Ich wette mit dir, dass er morgen wieder zu spät kommt.*

die nicht einfach Aussagesätze, sondern Handlungen sind.¹³ Mit dem Aussprechen des ersten Satzes führt der Sprecher eine Handlung aus, er erklärt die Ehe für geschlossen, im Satz (2) wird mit der Äußerung eine Wette geschlossen. Der erfolgreiche Vollzug der beiden Handlungen ist von „Gelingensbedingungen bzw. Glückensbedingungen“ (*felicity conditions*) (vgl. dazu Austin 1985: 37) abhängig¹⁴, die ebenso von Austin im Rahmen der Sprechakttheorie formuliert worden sind. Bezogen auf die obigen Beispiele äußern sich die Gelingensbedingungen darin, dass für den Vollzug der Handlung im ersten Beispiel (1) zunächst eine Konvention „Ehe“ in der entsprechenden Kultur existieren muss (Die Eheschließung muss also „institutionalisiert“ sein). Die Umstände für die Konvention müssen zutreffen (Sprecher ist Pfarrer/Standesbeamter, Trauungsort: Kirche, Standesamt). Die Konvention muss korrekt befolgt werden (obligatorische Anwesenheit der zukünftigen Eheleute, Ritual). Die Prozedur muss vollständig sein (Deklaration, Unterschriften). Beim Beispiel (2) muss eine andere Person die vorgeschlagene Wette annehmen, damit diese gilt. Verletzt man die Bedingungen, die die Umstände und das Ausführen der sprachlichen Handlung betreffen, kommt die Handlung nicht zustande. Von welchen Gelingensbedingungen der erfolgreiche Vollzug von Komplimenten und Komplimenterwiderungen abhängig ist, wird in der folgenden Tabelle in Anlehnung an Zhang (2013: 26f.) präsentiert¹⁵.

¹² Eine Unterscheidung zwischen den Begriffen „Satz“ und „Äußerung“ ist bei Austin nicht zu finden (vgl. Levinson 2000: 252).

¹³ Austin hebt seine ursprüngliche Aufteilung der sprachlichen Äußerungen in *konstative* (Feststellungsäußerungen, die wahr oder falsch sein können) und *performative* (Äußerungen, mit denen Handlungen vollzogen werden können) selbst auf, nachdem er einsieht, dass man mit jeder Äußerung eine Handlung vollziehen kann: „Jede Äußerung ist performativ“ (Linke/Nussbaumer/Portmann 2004: 209).

¹⁴ So wie *konstative* Äußerungen als wahr oder falsch bezeichnet werden können, werden *performative* Äußerungen nach ihrem Gelingen oder Scheitern beurteilt.

¹⁵ Zur Diskussion der Glückensbedingungen von Komplimenten vgl. Yakimova (2009).

Tabelle 1: Felicity Conditions of Compliment and Compliment Response

	Felicity Conditions of Compliment (Thomas 1995: 98)	Felicity Conditions of Compliment Response ¹⁶ Zhang (2013: 27)
<i>Propositional act:</i>	some event, act, etc., E related to H ¹⁷	past act, A done by H
<i>Preparatory condition:</i>	E is in H's interest and S believes E is in H's interest.	A is in S's interest and S believes A is in S's interest.
<i>Sincerity condition:</i>	S is pleased at E.	S feels appreciative for A.
<i>Essential condition:</i>	Counts as a commendation of E or tribute to H.	The utterance of e counts as an appreciation to H.

Nach Austin (1985) stellt jede sprachliche Äußerung den gleichzeitigen Vollzug folgender Akte dar: 1) lokutionärer Akt (umfasst den phonetischen, phatischen und rhetischen Akt)¹⁸, 2) illokutionärer Akt und 3) perlokutionärer Akt (vgl. Levinson 2000: 258). Diese Gleichzeitigkeit ist jedoch nicht dieselbe wie z.B. beim Essen und dabei Fernsehen, sondern eine andere. Bezogen auf den Äußerungsakt (lokutionären Akt)¹⁹ und den illokutionären Akt meint sie, dass der Vollzug des letzten durch die Realisierung des ersten Aktes geschieht (vgl. dazu Hindelang 2010: 10).

Die Sprechakttheorie von Austin erwies sich durch einige ihrer Schwächen für die Klassifikation der Sprechakte jedoch als nicht vollkommen geeignet, wie z.B. bezüglich der Tatsache, dass bei kontrastiven Analysen festgestellt wurde, dass illokutionäre (sprechaktbezeichnende) Verben, die Austin für die Einteilung der Sprechakte für wichtig hielt²⁰, in einigen Sprachen keine Entsprechung fanden²¹ (vgl. Nixdorf 2002: 19), oder weil sich manche Kategorien überschneiden bzw. Mehrfachzuordnungen möglich waren. Die Schwachstellen von Austins Werk veranlassten Searle, an der Entwicklung der Sprechakttheorie weiterzuarbeiten und einen anderen „deduktiven“ Weg bei der Klassifikation einzuschlagen (vgl. Holly 2001: 20).

¹⁶ In Anlehnung an die *felicity conditions of thanking* nach Huang (2007: 319).

¹⁷ Verwendete Abkürzungen in der Tabelle: A: *act*, H: *hearer*, E: *event*, S: *speaker*, e: *linguistic expression*.

¹⁸ Die Kritik an dieser dreigliedrigen Struktur erklärt die Verschiebung des rhetischen Akts bei Searle (vgl. dazu Bublitz 2009: 101f.).

¹⁹ Hier ist der Bezug auf Searles Taxonomie der Sprechakte gemeint, die Überlegung Hindelangs über die Gleichzeitigkeit der Sprechakte betrifft aber auch jene von Austin.

²⁰ Austin erstellte Listen von sogenannten „Sprechaktverben“, die die Zuordnung der Sprechakte zu bestimmten Gruppen ermöglichen sollten. Dies erwies sich jedoch als unmöglich, da Handlungen nicht nur mit Hilfe von Verben ausgedrückt werden können, sondern auch durch ganze Ausdrücke (vgl. dazu auch Holly 2001: 20).

²¹ Huang (2007: 120, zit. nach Ehrhardt/Heringer 2011: 125) verweist z.B. auf das Fehlen von Dankeshandlungen bei manchen Aborigines und von Versprechen bei einem philippinischen Jägervolk.

2.2 Searles Weiterentwicklung der Sprechakttheorie und die Kritik daran

Searle (1971) beschäftigt sich ebenfalls mit der Sprechakttheorie und entwickelt sie weiter, indem er zunächst eine Zweigliederung des illokutionären Teil-Akts in Äußerungsakt²² (lokutionären) und in propositionalen Akt unternimmt. Er unterscheidet demnach folgende Teilakte:

- Äußerungsakt (entspricht dem phonetischen (die Äußerungen von Sprachlauten) + phatischen Akt (die Äußerungen von sprachlichen Einheiten in einer bestimmten Struktur) von Austin) = Äußerung von Wörtern (Morphemen, Sätzen)
- propositionaler Akt (referentieller + prädikativer Akt) = Referenz und Prädikation
- illokutionärer Akt = Behaupten, Fragen, Befehlen, Versprechen, Grüßen usw.
- perlokutionärer Akt – es handelt sich um bestimmte Wirkungen bzw. Effekte, die der Sprecher durch seinen Sprechakt absichtlich hervorbringt

(Searle 1971)

Der besondere Beitrag von Searle zur Sprechakttheorie ist die Klassifikation der Sprechakte nach ihrer illokutiven Funktion (unter Berücksichtigung der kommunikativen Absicht des Sprechers). Searle (1980: 83-88) unterscheidet zwölf Kriterien,²³ nach denen sich die illokutiven Sprechakte in fünf Äußerungstypen unterteilen lassen²⁴: 1) Repräsentative (Feststellungen, Folgerungen), 2) Direktive (Bitten, Aufforderungen), 3) Kommissive (Versprechen, Schwören, Drohen, Ab- oder Zusagen), 4) Expressive (Komplimente, Danken, Entschuldigungen, Gratulieren) und 5) Deklarative (Taufe, Eheschließung, Kündigungen).²⁵

Der Klassifikationsversuch von Searle wurde stark kritisiert u.a. von Levinson, weil er der Meinung ist, dass diese Klassifikation weder „definitiv“ noch „erschöpfend“ sei, und „[e]ntgegen Searles Behauptungen [...] nicht einmal systematisch auf den Gelingensbedingungen auf[baue]“ (Levinson 2000: 262). Die Unzulänglichkeit von Searles

²² Searles Äußerungsakt entspricht Austins phonetischem und phatischem Akt.

²³ Die wichtigsten drei Unterscheidungskriterien von Searle sind der illokutionäre Zweck des Sprechakts (*illocutionary point*), die psychische Einstellung des Sprechers (*psychological state*) und die Entsprechungsrichtung (*direction of fit*) (vgl. für die weiteren Kriterien Searle 1980: 83-88).

²⁴ Eine Klassifizierung der Sprechakte nach der illokutiven Funktion unternahm bereits Austin, jedoch kritisiert Searle (1980: 90), dass es sich in Austins Taxonomie um eine Klassifikation von Illokutionsverben und nicht von Illokutionsakten handele und dass dabei „kein deutliches oder durchgängiges Prinzip zu erkennen“ (ebd.) sei.

²⁵ Eine ausführliche Beschreibung der illokutiven Sprechakte ist bei Searle (1980: 92-99) zu finden.

Klassifikation wird auch bei dem Versuch deutlich, Komplimenterwiderungen nach ihrer illokutiven Funktion einzuordnen, da diese zu verschiedenen Klassen gehören können. Eine eindeutige Einordnung erweist sich aus diesem Grund als nicht einfach, da z.B. der Dank („Dankeschön.“) für ein Kompliment wie das Kompliment selbst zu den Expressiven gezählt werden kann, die Frage nach der Aufrichtigkeit des Kompliments („Gefällt es dir wirklich?“) jedoch den Direktiven²⁶ und der Kommentar als Erwiderung auf ein Kompliment („Es freut mich, dass du das Kleid auch schön findest.“) den Repräsentativen zugeordnet werden kann.

Eine weitere in der wissenschaftlichen Literatur für Kritik angreifbar gewordene und oft erwähnte Schwachstelle der Sprechakttheorie ist die zu starke Fokussierung auf den Sprecher (vgl. dazu Bublitz 2009: 110, aber auch Linke/Nussbaumer/Portmann 2004: 218 und Grein 2007: 15) und somit auch die „Sprecherseitigkeit der Bedingungen ‚des Glückens und Gelingens‘ (Rehbein ²2000: 107). Die „sprecherlastige Beschreibungsperspektive“ (Bublitz 2009: 111) der Sprechakttheorie vernachlässigt die Rolle des Hörers in der Interaktion und trägt somit zu einer falschen Auffassung von seiner Passivität bei (vgl. Meyer 2007: 14). Demnach erscheint die Forderung von Maas/Wunderlich (1972) nach „*hörerseitige[n]* Bedingungen als notwendige Erweiterung des Sprechaktkonzepts“ (Rehbein ²2000: 107f.) sowie diejenige nach „*eine[r] komplementäre[n], die Rezeption mit einbeziehende[n] Theorie*“ (Bublitz 2009: 111) berechtigt. Kritik erntet außerdem die starke Ausrichtung der Sprechakttheorie auf die gesprochene Sprache (vgl. dazu Linke/Nussbaumer/Portmann 2004: 219) sowie auf das Handlungsverb.²⁷ Auch die Rolle von kommunikativen Ritualen wurde zu Zeiten der Sprechakttheorie nicht genügend beachtet.

Und nicht zuletzt ist die Tatsache zu erwähnen, dass als Gegenstand der Sprechakttheorie die einzelne Äußerung betrachtet wird²⁸, und zwar isoliert aus dem Kontext, und dass sprachliches Handeln nur unter Berücksichtigung der Illokution beschrieben wird (vgl. Weigand 2003: 9). Weigand (2003) und Bublitz (2009: 111) führen das Argument ein, dass eine Äußerung (bzw. ein Sprechakt) nur eingebettet im Kontext zu analysieren sei²⁹, weil jeder Sprechakt als Reaktion auf einen vorhergehenden Sprechakt oder als Auslöser eines nachfolgenden Sprechaktes zu verstehen sei (vgl. dazu auch Grein 2007: 2). Im folgenden Kapitel wird deshalb

²⁶ Searle rechnet Fragehandlungen zu den Direktiven (vgl. Searle 1980: 94).

²⁷ Ausführlicher zur Kritik Bublitz (2009: 110ff.).

²⁸ Linke/Nussbaumer/Portmann (2004: 219) sprechen von „Satzverhaftetheit“ der Sprechakttheorie.

²⁹ Vgl. dazu auch Kotthoff (1989: 15) „[O]hne den Kontextbezug ist die Angemessenheit einer Äußerung überhaupt nicht feststellbar“ (zit. nach Bouchara 2002: 13). Für Auer (1999: 89) stellt der isolierte Sprechakt eine Illusion dar.

die Sprechakttaxonomie von Weigand kurz vorgestellt. Auf die Ausführung weiterer Kritikpunkte wird an dieser Stelle verzichtet, da der Schwerpunkt der Arbeit nicht auf der Auseinandersetzung mit den Stärken und Schwächen der Sprechakttheorie liegt, sondern auf dem Vergleich des Komplimenterwiderungsverhaltens im Deutschen und Bulgarischen. Sich mit der Sprechakttheorie zu befassen, war jedoch unabdingbar, da sie als Ausgangspunkt vieler pragmatischer Arbeiten dient und auch einen Teil des theoretischen Hintergrundes für diese Arbeit bildet.

2.3 Die Sprechakttaxonomie von Weigand ³⁰

2.3.1 Das Modell des dialogischen Handlungsspiels

Die Sprechakttaxonomie von Weigand (2003) resultiert sowohl aus der Kritik an der monologisch orientierten Sprechakttheorie von Searle als auch aus den Überlegungen, dass die kommunikative Einheit eine minimale Zweiersequenz aus Aktion und Reaktion sei, und nicht zuletzt aus dem Wunsch, eine Sprechakttaxonomie anzubieten, die sich „von der Analyse einzelner scheinbar unabhängiger Sprechakte trennt“ (Grein 2007: 23). Im Zentrum der Beschreibung des Sprachgebrauchs soll laut Weigand (2003) der Mensch als soziales, zweckorientiertes und interessengeleitetes Wesen stehen, da der primäre Zweck des Sprachgebrauchs ein kommunikativer sei. Sprache lässt sich demnach nicht getrennt von Menschen beschreiben, da sie vor allem der Verständigung dient.

Kommunikation ist die primäre Sprachverwendung, und Verständigung ist ihre generelle Funktion. *Ein natürlicher Sprachbegriff ist somit immer auch ein dialogischer.* [Hervorhebung im Original] (Weigand 2000: 8)

Weigand (2003: 8ff.) postuliert als generelles Ziel der Kommunikation die Verständigung, die sich in dem Aushandeln von Meinen und Verstehen und in dem Sicheinigen³¹ (Konsens oder Dissens) über das gemeinsame Vorgehen der Kommunikationspartner widerspiegelt, also Verständigung als interaktives sprachliches Handeln (vgl. hierzu auch Weigand 1995: 389). Kommunikation, verstanden als die primäre Sprachverwendung, verläuft zwischen mindestens zwei Kommunikationspartnern. Diese grundlegende Annahme erklärt laut Weigand (2003) die Nichthaltbarkeit der Searle'schen Definition von Sprechakt „Sprechakte sind die grundlegende

³⁰ In diesem Kapitel beziehe ich mich auf die Ausführungen von Weigand (2003) und Grein (2007).

³¹ Die Rechtschreibung folgt der Regelung von 1996 sowie den Ergänzungen von 2004 für substantivierte Infinitive (vgl. Duden. Richtiges und Gutes Deutsch. 2006: 811)

oder kleinste Einheit der sprachlichen Kommunikation“ (Searle 1971: 30). Laut Weigands „Dialogische[m] Prinzip“³² (2003) ist die kleinste Einheit des Sprachgebrauchs die Interaktion zwischen einem initiativen und einem reaktiven Sprechakt und nicht der Sprechakt an sich:

Nicht der einzelne Sprechakt ist die Einheit der Kommunikation [...]. Kommunikative Minimaleinheit ist eine *Zweiersequenz*, in der einem Sprechakt des einen Kommunikationspartners ein anderer Sprechakt des zweiten Kommunikationspartners zugeordnet ist. Die Zweiersequenz stiftet das *minimale Handlungsspiel*. Erst die initiale und reaktive Funktion zweier aufeinanderfolgender Sprechakte machen die kommunikative Funktion der Verständigung möglich, die immer eine interaktive Funktion auf der Ebene des Handlungsspiels ist. (Weigand 2003: 9)

Das Dialogische Prinzip von Weigand wird in der folgenden Abbildung dargestellt:

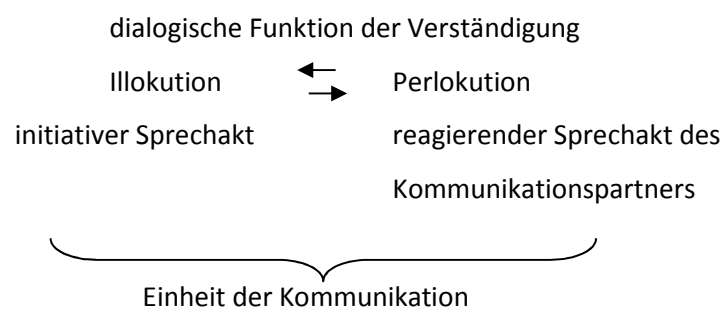


Abb. 1: Dialogisches Grundprinzip (Weigand 2003: 14), abgebildet nach Grein (2007: 25)

Die kommunikative Absicht des Sprechers bei dem Vollzug eines Sprechakts ist, eine Reaktion beim Hörer hervorzurufen³³, dem verschiedene Möglichkeiten zur Verfügung stehen, auf die Illokution zu reagieren.³⁴ Es wird vom Hörer erwartet, dass er auf die Illokution eingeht, indem er diese kommentiert, akzeptiert oder ablehnt, also einfach reagiert (vgl. Grein 2007: 24). Die funktionale Interdependenz zwischen Aktion und Reaktion ergibt sich aus der Tatsache, dass „[e]ine bestimmte Illokution [...] nicht auf eine beliebige, sondern auf eine spezifische Reaktion [zielt], die zwar nicht immer eintritt, aber mit einer gewissen Wahrscheinlichkeit rational wie konventionell zu erwarten ist“ (ebd.: 11). Deshalb sollte die Analyse des reaktiven Sprechaktes immer unter Berücksichtigung des initiativen Sprechaktes geschehen. Wenn man die Äußerung „Ich bin müde“ losgelöst aus dem Kontext betrachtet, so ist sie eine repräsentativ-

³² Das dialogische Prinzip von Weigand ist als funktionales Prinzip zu verstehen.

³³ Weigand (2003: 11f.) weist außerdem darauf hin, dass die Reaktion auf einen initiativen Sprechakt nicht nur verbal, sondern auch nonverbal vollzogen werden kann. Wenn man z.B. ein Kompliment bekommt, kann man dieses nur mit einem Lächeln erwidern, oder auf die Bitte „Kannst du bitte die Tür zumachen?“, kann einfach die Handlung des Zumachens erfolgen. Gestische und mimische Realisationsformen stehen dem Vollzug des initiativen Sprechakts ebenfalls zur Verfügung.

³⁴ Bei dem Erhalt eines Kompliments z.B. kann sich der Komplimentempfänger dafür bedanken, seine Freude darüber ausdrücken, das Kompliment zurückgeben etc. (vgl. ausführlicher dazu Kap. 4.2.3).

feststellende Äußerung, in der folgenden Zweiersequenz aber „A: Kommst du mit zur Party? – B: Ich bin müde“ erfüllt dieselbe Äußerung die Funktion einer negativen Handlungszusage (einer Ablehnung).

In Weigands Ansatz wird der Begriff „Perlokution“ anders als bei Searle³⁵ verstanden, nämlich „als Funktion eines Sprechakts, der konventionell auf einen illokutiven Sprechakt antwortet“ (ebd.).

So erhält Weigand zwei fundamentale Sprechakttypen: den illokutiven und perlokutiven Sprechakttypus, und zwei Typen der Handlungsfunktion: die Illokution und die Perlokution, die gemeinsam Verständigung ermöglichen. (Grein 2007: 25)

Die Illokution im Sinne von illokutiver Funktion versteht Weigand (2003: 21) als „*Anspruch-Stellen*“, weil der Sprecher mit seiner Äußerung initiativ einen kommunikativen Anspruch stellt, und die Perlokution als „*Anspruch-Erfüllen*, in positivem wie im negativen Sinne“, weil von dem Kommunikationspartner eine Reaktion erwartet wird. Dieser kommunikative Anspruch kann ein Wahrheits- oder Wollensanspruch sein (ebd.; Grein 2007: 25), wie die folgende Abbildung veranschaulicht.

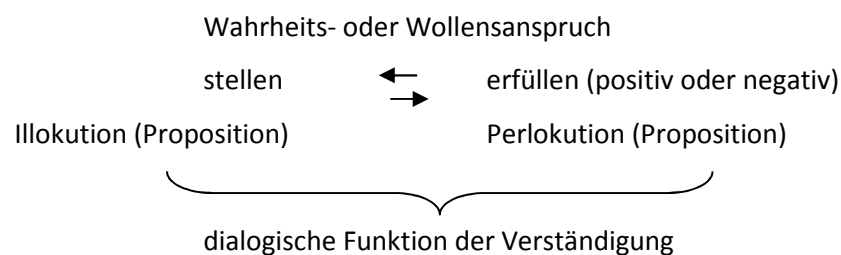


Abb. 2: Minimales Handlungsspiel³⁶ (Weigand 2003: 23), abgebildet nach Grein (2007: 25)

In der Kommunikation geht es meist darum, dass Menschen durch ihre sprachlichen Handlungen bestimmte Zwecke verfolgen und diese Zwecke durch den Einsatz geeigneter kommunikativer Mittel erreichen wollen³⁷. So können Komplimente verschiedene Funktionen erfüllen, wie z.B. Solidarität zwischen den Kommunikationspartnern schaffen oder

³⁵ Bei Austin und Searle ist unter Perlokution die „nichtsprachliche und in der Regel nichtkonventionelle Folgewirkung eines illokutiven Akts beim Hörer“ zu verstehen (Weigand 2003: 12).

³⁶ Das Minimale Handlungsspiel wird von Weigand (2003: 23) als „Grundstruktur sprachlicher Bedeutung in der Kommunikation“ verstanden.

³⁷ Die Rationalität als Voraussetzung für die Konversation ist bereits im Maximen-Modell von Grice (1975) verankert. Auch dem Höflichkeitsmodell von Brown/Levinson (1987) liegt das rationale Handeln zugrunde. Vgl. dazu auch Keller (1995: 105): „Kommunizieren heißt [...] Mitmenschen beeinflussen“.

aufrechterhalten oder der komplimentierten Person ein gutes Gefühl verschaffen (wenn sie nicht ironisch gemeint sind) (vgl. ausführlicher zu Funktionen von Komplimenten Kap. 4.2.2). Weigand (2003: 73) definiert „Sprechakte als kommunikative Handlungen“ folgendermaßen: „Sprechakte sind komplexe Einheiten, die nach dem grundlegenden Handlungsprinzip als Zuordnung kommunikativer Zwecke und Mittel zu verstehen sind“ (vgl. auch Weigand 1992: 185).

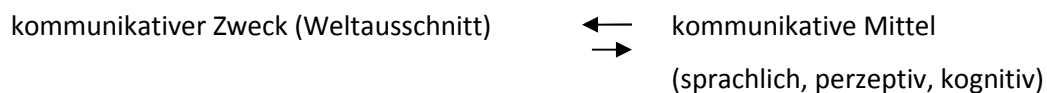


Abb. 3: Sprechakt als kommunikative Handlung (Weigand 2003: 24), abgebildet nach Grein (2007: 26)

Wie der obigen Abbildung 3 zu entnehmen ist, umfassen die kommunikativen Mittel, die in Äußerungen eingesetzt werden, nicht nur sprachliche, sondern zudem auch perzeptive, kognitive und situative Mittel. Die Wahl der kommunikativen Mittel resultiert aus den Erfahrungen der Interagierenden in ähnlichen Situationen, wie von Grein (2007: 420, 2008: 15) zusammengefasst:

Jedes Individuum wählt seine kommunikativen Mittel in Abhängigkeit seiner ganz individuellen Wahrnehmung der Handlungssituation: Der Mensch nimmt den Rahmen wahr, in dem die Handlung stattfindet (öffentlich vs. privat), er schätzt seine soziale Distanz zum Interaktionspartner ein (liert, befreundet, bekannt, Chef, Kollege etc.), er hat seine ganz eigenen Interessen, die er gerne verwirklichen würde, und er bedient sich der Höflichkeitskonventionen seiner Kultur. Ferner hat er das Bedürfnis, von seinem Kommunikationspartner respektiert und akzeptiert zu werden (oder auch als sympathisch empfunden zu werden), und gleichermaßen ist ihm bewusst, dass auch sein Gesprächspartner Respekt und Akzeptanz von ihm erhofft.

In die kommunikativen Zwecke und Mittel gehen die Handlungsbedingungen ein, zu denen laut Grein (2007: 26) die kulturelle Prägung der Interagierenden, ihre kulturell geprägte Wahrnehmung, ihre kulturspezifischen Erfahrungen in der Gesellschaft, die interpersonelle Konstellation der Interagierenden (Hierarchie und soziale Distanz), Alter, Geschlecht u.a. gehören und die zugleich den kulturellen Rahmen des Handlungsspiels bilden. Für den empirischen Teil dieser Arbeit ist vor allem die interpersonelle Konstellation der Interagierenden relevant, da die Wahl der Komplimenterwiderungsstrategie auch von dem Einfluss der sozialen Distanz zwischen den Interaktanten sowie ihres Status abhängig ist (vgl. ausführlicher dazu Kap. 4.4). Die Handlungsbedingungen bzw. Äußerungskontexte spielen insofern eine wichtige Rolle, als sie die Wahl der kommunikativen Mittel beeinflussen und zugleich einen Einfluss auf den kommunikativen Zweck ausüben (vgl. ebd.). Die gegenseitige Abhängigkeit zwischen kommunikativem Zweck und kommunikativen Mitteln ist laut Grein (2007: 26) eher als Erwartungshaltung zu betrachten und beruht auf

Wahrscheinlichkeitsprinzipien. Grein führt weiterhin aus, dass eine feste Zuordnung von sprachlichen Mitteln zu Handlungsfunktionen nicht zu erwarten sei, „[d]a die Äußerungen sprachliche, kognitive und perzeptive Mittel integrieren“ (Grein 2007: 19). Wahrscheinlichkeitsprinzipien lassen sich ihrerseits „als Techniken verstehen, mit denen die Kommunikationspartner sich in ständig wechselnden kommunikativen Zusammenhängen zurechtfinden“ (Cho 2005: 24).

Sprechakte können ebenfalls als „Zuordnung einer Äußerungsmenge zu einer kommunikativen Funktion“ (Grein 2007: 27) definiert werden, wobei die Menge der Äußerungsvarianten laut Weigand (2003: 26) unbegrenzt ist:

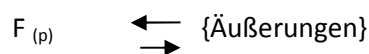


Abb. 4: Sprechakt als Äußerungsmenge (Weigand 2003: 26)

Äußerungsformen, die zur Realisierung einer Handlungsfunktion dienen, fungieren als quasi-äquivalente Äußerungen, da innerhalb der einzelnen Äußerungen Unterschiede in Bezug auf Handlungsabsicht, Höflichkeit, Intensität und Dringlichkeit, mit der ein Anliegen vorgebracht wird, existieren. Die funktional quasi-äquivalenten Äußerungen unterscheiden sich bezüglich ihrer Form (vgl. Weigand 2003: 27; Grein 2007: 27). Die folgenden Äußerungen stellen unterschiedliche Realisierungsformen eines Sprechakts (einer Bitte) dar und gelten funktional als quasi-äquivalent. In (1) handelt es sich um einen direkten Sprechakt, in (2) und (3) um indirekte Sprechakte:

- (1) *Zahlst du für mich mit, ich habe meine Geldbörse im Auto vergessen?*
- (2) *Könntest du für mich mit bezahlen, ich habe meine Geldbörse im Auto vergessen?*
- (3) *Ach, es ist so ärgerlich, ich habe meine Geldbörse im Auto vergessen.*

Schließlich kann zusammenfassend festgehalten werden, dass das dialogische Handlungsspiel von Weigand (2003) sich als auf folgenden Prinzipien basierend darstellen lässt³⁸: das Handlungsprinzip (Abb. 3), das Dialogprinzip (Abb. 1), und das Kohärenzprinzip³⁹. Neben diesen Grundprinzipien wird Kommunikation noch von rhetorischen Prinzipien geleitet, die sich durch

³⁸ Es handelt sich hier um *konstitutive* Basisprinzipien des dialogischen Handlungsspiels. Daneben gibt es noch *regulative* und *exekutive* Prinzipien, auf die hier nicht eingegangen wird.

³⁹ Das Kohärenzprinzip bezieht sich auf den integrativen Gebrauch der kommunikativen Mittel. Es äußert sich in dem gemeinsamen Versuch der Kommunikationspartner, in einer kommunikativen Situation eine Äußerung richtig zu interpretieren (z.B. durch kognitive Leistungen wie das Ziehen von Schlussfolgerungen) und somit Verständigung zu erreichen, und ist nicht ausschließlich auf der verbalen Ebene zu verorten.

Effektivität bei der Verfolgung der eigenen Interessen auszeichnen, oder von Höflichkeitsprinzipien, die auf gegenseitigem Respekt beruhen (vgl. Weigand 2003: 27; Cho 2005: 26).

Der Ansatz von Weigand (2003) ist für die vorliegende Arbeit deshalb interessant, weil er einerseits das Zusammenspiel des initiativen und des reaktiven Sprechakts im Handlungsspiel berücksichtigt und somit die isolierte Betrachtung des reaktiven Sprechakts vermieden werden kann. Andererseits wird das dialogische Handlungsspiel von Weigand (2002: 64) als kulturelle Einheit begriffen⁴⁰, in dessen Zentrum interagierende Menschen mit unterschiedlichen kognitiven Hintergründen und persönlichen Erfahrungen stehen, die ihre Positionen aushandeln (vgl. auch Schnöring 2007: 34f.). Meinen und Verstehen sind dementsprechend für jeden Kommunikationspartner von vornherein unterschiedlich und Missverständnisse sind demzufolge nicht ausgeschlossen, sondern sogar vorprogrammiert. Welche Intention mit einer Äußerung verfolgt wird, kann letztendlich nur der Sprecher allein wissen.

2.3.2 Fundamentale Funktionsklassen nach Weigand

Weigand (2003: 81-97) unterscheidet auf Grund funktionaler Kriterien vier fundamentale Funktionsklassen als dialogische Minimalsequenzen. Aus diesen leitet sie durch Differenzierung der Wahrheits- und Wollensansprüche weitere Klassen ab, um schließlich unter Berücksichtigung propositionaler Kriterien einzelne Untermuster zu gewinnen. Sie teilt Sprechakte in folgende vier Fundamentalklassen ein:

A. Repräsentative	← →	Akzeptieren
B. Direktive	← →	Handlungszusage
C. Explorative	← →	Antworten
D. Deklarative	← →	(Bestätigen)

Abb. 5: Fundamentale Funktionsklassen (Weigand 2003: 81-97), abgebildet nach Grein (2007: 29)

Auffallend ist das Fehlen der Klasse der Expressive, die sich in modifizierter Form als abgeleitete Klasse der Repräsentative findet. Das Fehlen der Searl'schen Klasse der Kommissive in ihrer Taxonomie erklärt Weigand mit der Tatsache, dass es bei diesen

⁴⁰ Kultur wird bei Erndl (1998: 45) als „Einflussfaktor, der in bezug auf Höflichkeit äußerst komplex ist“ beschrieben. Der Autor verweist auf das Fehlen wissenschaftlicher Ansätze zu Höflichkeit, die die Kulturabhängigkeit von Höflichkeit integrieren würden. Diese Lücke versucht m.E. das dialogische Handlungsspiel von Weigand mit seinem kulturellen Rahmen zu schließen.

Sprechakten um „keine fundamentale illokutive Sprechaktklasse [geht], sondern um komplexe sequenzabhängige Sprechakte, die mit einem deklarativen Element der Verpflichtung Handlungsankündigungen oder Handlungszusagen bekräftigen“ (ebd.: 92)⁴¹. Da diese Arbeit nicht die Klassifikation der gewonnenen Komplimentantworten nach ihrer illokutiven Funktion anstrebt, wird auf eine ausführliche Darstellung der einzelnen Sprechaktklassen von Weigand verzichtet. Es wird im Folgenden lediglich kurz auf die Funktionsklasse der Repräsentative eingegangen, da die Expressive (zu denen nach Searle Komplimente gezählt werden) als Unterklasse der Repräsentative fungieren.

Repräsentative werden durch den Anspruch „etwas für wahr halten“ definiert, wobei es sich nicht um absolute Wahrheiten, sondern um einen subjektiven Wahrheitsanspruch des Sprechers handelt. Die Erfüllung des gestellten Wahrheitsanspruchs geschieht durch Akzeptieren, indem der Kommunikationspartner den Wahrheitsanspruch übernehmen oder ablehnen kann (vgl. Weigand 2003: 93). Im Falle eines Kompliments z.B. wird vom Sprecher ein pragmatischer Anspruch gestellt, welcher durch die Komplimenterwiderung erfüllt wird (vgl. ausführlicher zu dem Handlungsspiel Kompliment – Komplimenterwiderung Kap. 4.2).

REPRÄSENTATIVE	↙ Wahrheitsanspruch	
Illokution: REPRÄSENTATIVE	↔	Perlokution: AKZEPTIEREN (ASSENSIVE)
Wahrheitsanspruch stellen (etwas für wahr halten)		Wahrheitsanspruch erfüllen (zustimmen/nicht zustimmen, widersprechen)

Abb. 6: Funktionsklasse der Repräsentative (Weigand 2003: 93), abgebildet nach Grein (2007: 31)

Eine klare Zuordnung der Komplimente und somit der Komplimenterwiderungen zu einer Funktionsklasse im Sinne von Weigand erweist sich jedoch als schwierig. Einerseits werden Komplimente von Weigand (2003: 129) den Deklarativen zugeordnet: „[...] ebenso könnte man den Sprechakt des Kompliments hierher rechnen (*Mein Kompliment!*), der in der Regel mit einem wertenden repräsentativen Sprechakt verbunden wird: *Mein Kompliment! Das hast du ja phantastisch gemacht!*“, andererseits werden sie als Repräsentative bezeichnet (s.u.). Problematisch ist bei der ersten Zuordnung, dass lediglich eine perlokutive Restform wie „Danke“ als Reaktion auf das Kompliment möglich wäre, wenn man diesen Sprechakt den Deklarativen zuordnen würde. Dass die Dankesäußerung nicht die einzige Realisierungsform für eine Komplimentantwort ist, hat schon Pomerantz (1978) festgestellt. Verbale Reaktionen

⁴¹ Ein kommissiver Sprechakt kann jedoch vereinzelt auch als initiativer Sprechakt erscheinen (vgl. Weigand 2003: 92).

auf Komplimente beschränken sich nicht nur auf die Annahme des Kompliments mit einem Dank, sondern die Komplimente können durchaus abgelehnt, ignoriert, mit einem Gegenkompliment erwidert oder z.B. auf andere Personen umgeleitet werden. Den zweiten Teil des obigen Beispiels bezeichnet Weigand als wertenden repräsentativen Sprechakt. Somit würden Komplimente eher zu der Funktionsklasse der Repräsentative zählen, was auch später in ihren Ausführungen zu finden ist: „[K]omplimentierende Äußerungen [...] enthielten als repräsentative Sprechakte ein deklaratives Element“ (ebd.: 165). Insgesamt zeigt sich aber, dass auch die stärker differenzierte und besser an die dialogische Situation angepasste Sprechakttaxonomie von Weigand nicht alle kommunikativen Situationen in allen möglichen Realisierungsformen beschreiben kann, wie dies am Beispiel des Handlungsspiels Kompliment – Komplimenterwiderung deutlich wird.⁴²

Die Darstellung von Weigands Ansatz ist für den empirischen Teil dieser Arbeit insofern relevant, als die einzelnen Situationen im Fragebogen (in Form eines Discourse Completion Tests) als minimale Zweiersequenzen konstruiert sind, in denen der initiative Sprechakt des Kompliments und die Handlungssituation vorgegeben sind. Darüber hinaus werden einzelne Handlungsbedingungen wie Status, soziale Distanz, Geschlecht sowie Komplimentthemen variiert und in die Diskussion der gewonnenen Ergebnisse einbezogen. Die Komplimentantworten werden bei ihrer Zuordnung zu den einzelnen Strategien unter Berücksichtigung des initiativen Sprechaktes klassifiziert. Der Schwerpunkt der empirischen Analyse liegt jedoch auf dem reaktiven Sprechakt der Komplimenterwiderung, da der initiative Sprechakt des Kompliments in den Situationen vorgegeben wurde.

⁴² Weigands Ansatz wurde hauptsächlich in empirischen Arbeiten erprobt, die sich mit dem direktiven Handlungsspiel auseinandersetzen (z.B. Cho 2005; Grein 2007).

3. Die Höflichkeitsansätze

Dieses Kapitel wird mit dem Konversationsmaximen-Ansatz von Grice (1975) eröffnet, der Kommunikation als effektiven Informationsaustausch betrachtet, ohne dabei die Beziehungsebene zu berücksichtigen. Diese Lücke versucht Leech (1983) mit seinen beziehungsbezogenen Maximen zu schließen. Aus diesem Grund wird sein Modell in diesem Kapitel ebenso behandelt. Anschließend wird der Begriff *face* von Goffman erklärt, der zusammen mit den Konversationsmaximen von Grice als Grundlage für das Höflichkeitsmodell von Brown/Levinson (1987) dient. Es gibt kaum eine Arbeit, die in der linguistischen Pragmatik angesiedelt ist und die das Höflichkeitsmodell von Brown/Levinson nicht erwähnt. Seine Popularität hat seit seiner ersten Veröffentlichung 1978 rasant zugenommen und auch wenn es stark kritisiert wurde, bietet es eine wichtige theoretische Grundlage für die Diskussion der Komplimenterwiderungen an. Dieses Höflichkeitsmodell ist jedoch für die Interpretation der Ergebnisse nicht ausreichend (vgl. Chen 1993), daher wird in der vorliegenden Arbeit ebenfalls Leechs Maxime-Ansatz für die Analyse der gewonnenen Ergebnisse herangezogen (vgl. hierzu ausführlicher Kap. 5).

3.1 Die Konversationsmaximen von Grice

Grice (1975) beschäftigt sich in seiner Vorlesung „Logic and Conversation“ u.a. mit der Frage, welche Bedingungen erfüllt sein müssen, damit eine erfolgreiche Kommunikation zustande kommt, und kommt zu der Einsicht, dass dies nur möglich ist, wenn sich Menschen kooperativ verhalten und kooperativ handeln, also interagieren. Diese Kooperationsbereitschaft liegt seinem in Anlehnung an Kant postulierten Kooperationsprinzip zugrunde, das sich als unabdingbar für die Gestaltung einer Erfolg versprechenden und rationalen Kommunikation erweist. Das Kooperationsprinzip von Grice (1975: 248) lautet: „Mache deinen Gesprächsbeitrag jeweils so, wie es von dem akzeptierten Zweck oder der akzeptierten Richtung des Gesprächs, an dem du teilnimmst, gerade verlangt wird.“ Das Kooperationsprinzip setzt sich aus den vier folgenden Maximen⁴³ zusammen, die konkreter formulieren, wie ein Gesprächsbeitrag aussehen sollte, um zur besseren Verständigung in der Kommunikation beitragen zu können:

⁴³ Die Maximen wurden der deutschen Übersetzung von Levinson (2000: 112) entnommen und der neuen Rechtschreibung angeglichen. Der Aufzählungsmodus wurde geändert.

- **Maxime der Quantität**

(i) Mache deinen Gesprächsbeitrag so informativ wie (für die augenblicklichen Gesprächszwecke) nötig.

(ii) Mache deinen Gesprächsbeitrag nicht informativer als nötig.

- **Maxime der Qualität**

Versuche deinen Gesprächsbeitrag so zu gestalten, dass er wahr ist – genauer:

(i) Sage nichts, von dessen Wahrheit du nicht überzeugt bist.

(ii) Sage nichts, was du für falsch hältst oder wofür du keine hinreichenden Beweise hast.

Während sich die erste Maxime auf die Einschränkung des Informationsgehalts des jeweiligen Gesprächsbeitrags bezieht und die Äußerungsrelevanz hervorhebt, wird mit der zweiten an die Ehrlichkeit des Gesprächspartners appelliert. Ehrlichkeit ist natürlich eine wichtige Voraussetzung für das Gelingen von Kommunikation, die zusammenbrechen würde, wenn ständig Dinge geäußert würden, die der Sprecher für unwahr hält. Es ist hier jedoch anzumerken, dass in bestimmten Situationen die sogenannten „white lies“ eine bessere Auswirkung für die erfolgreiche Kommunikation haben können als das Aussprechen der Wahrheit. Bei einer Essenseinladung wird man der Gastgeberin/dem Gastgeber kaum sagen, dass das Essen ungenießbar war, sondern wird sich eher für das leckere Essen bedanken (vgl. dazu auch Radden 2005: 3). Ebenso wird man einer Freundin nach ihrem Friseurbesuch höchstwahrscheinlich die Bemerkung ersparen, dass die neue Frisur scheußlich ist. In Japan z.B. gilt laut Grein (2007: 137) die Notlüge als „harmoniefördernd“ und wird als sprachliches Mittel eingesetzt, um Meinungsverschiedenheiten zwischen den Kommunikationspartnern zu vermeiden und Sympathie zu vergrößern (vgl. ebd.: 13f.). Eine oft auftretende Verletzung dieser Maxime geschieht durch Ironie, die z.B. in Komplimenten oder Komplimenterwiderungen (z.B. „Du siehst aber heute phantastisch aus!“ – „Klar, ich sehe immer gut aus.“) zu finden ist. Hier gibt es aber offensichtlich Signale, mit denen der Sprecher die Nicht-Ernsthaftigkeit seiner Äußerung für den Hörer deutlich machen kann, sodass interpretiert wird, dass diese Maxime außer Kraft gesetzt wird.

- **Maxime der Relation:**

- (i) Mache deine Gesprächsbeiträge relevant.

Der Gesprächsbeitrag soll sich eindeutig auf den Zweck des Austausches beziehen und auf unnötige Ausschweifungen verzichten. Bezogen auf Komplimenterwiderungen stellen ausweichende Erklärungen oder Ablenkungen einen Verstoß gegen die Relevanzmaxime dar.

- **Maxime der Modalität**

- (i) Vermeide Unklarheit im Ausdruck.

- (ii) Vermeide Mehrdeutigkeit.

- (iii) Fasse dich kurz.

- (iiii) Sei methodisch.

Die Maxime der Art und Weise beinhaltet einige Unterpunkte, die sich vor allem darauf beziehen, **wie** etwas gesagt wird. Eine klare, geordnete, knappe und von Mehrdeutigkeiten freie Ausdrucksweise soll laut dieser Maxime die Kommunikation auszeichnen.

Die Konversationsmaximen von Grice stellen laut Bublitz (2009: 206) weder kanonische Regeln noch strikte Anweisungen dar und erweisen sich als „kommunikative Handlungsrichtlinien“ (ebd.), nach denen jedes normale kommunikative Handeln ausgerichtet ist und funktionieren sollte, wenn man diese Richtlinien beachtet. Ihr Missachten dagegen führt zu Störungen in der Kommunikation. In der Realität ist die Verletzung der Maximen unvermeidlich, oft wird sie sogar ganz bewusst vollzogen (z.B. beim Ausüben indirekter Kritik wie im folgenden Beispiel „Das ist wirklich ein guter Anfang; vielleicht könntest du es bei der Überarbeitung noch etwas schärfer formulieren“ (Tannen 1997: 60, zit. nach Serdyukova 2007: 33). Aus der möglichen Verletzung der vier Maximen resultiert die Theorie der konversationellen Implikaturen, die darauf basiert, dass man Relevantes nicht direkt sagt, sondern es im sprachlichen Ausdruck in verschiedenen Graden verschleiert (vgl. Linke/Nussbaumer/Portmann 2004: 222). Der Hörer hat die Aufgabe, durch bestimmte Folgerungen den Inhalt des Gesagten zu erschließen, indem er annimmt, dass der Sprecher sich kooperativ verhalten hat. Dieses Interpretationsverfahren beruht auf Kenntnissen über gesellschaftlich-kulturelle Normen und spielt vor allem bei indirekten Sprechakten eine wichtige Rolle.

Wenn die Sprechakttheorie als auf den Sprecher bezogen gesehen wird, so ist die Theorie von Grice als „Hörverstehenstheorie“ (Linke/Nussbaumer/Portmann 2004: 223) zu betrachten und folglich auch als ihre Ergänzung, bei der nicht nur die Sprecherseite berücksichtigt wurde.

3.2 Das Maxime-Modell von Leech

Wenn in der Kommunikation die Priorität auf dem Wahrheitsgehalt und der Relevanz der Redebeiträge liegt, werden wahrscheinlich die Höflichkeit und der Beziehungsaspekt vernachlässigt. Das strikte Befolgen der Konversationsmaximen erweist sich nicht selten als kontraproduktiv für eine erfolgreiche und höfliche Kommunikation, weil es auf Kosten des Beziehungsaspekts geht. In den zwischenmenschlichen Beziehungen ist Kommunikation aber nicht nur auf effektiven Informationsaustausch beschränkt, so wie dies die Konversationsmaximen von Grice postulieren, sondern verfolgt gleichzeitig andere Ziele, die die Beziehungsgestaltungsebene betreffen. Diese Idee wurde von Leech (1983) übernommen, um die Modifizierung der Konversationsmaximen zu vollziehen. Er vermisst in den Grice'schen Maximen den Bezug auf die Beziehungsebene der Kommunikation, da sie „allein die Inhaltsebene betreffen“ (Bublitz 2009: 209, 261), und beschreibt Höflichkeit als „an important missing link between the CP [cooperative principle] and the problem of how to relate sense to force“⁴⁴ (Leech 1983: 104). Aus diesem Grund ergänzt er die schon vorhandenen inhaltsbezogenen Maximen von Grice⁴⁵ mit folgenden „beziehungsbezogene[n]“ und „höflich-soziale[n]“ (Bublitz 2001: 222) Maximen, die sich auf die Entwicklung und Stabilisierung von Beziehungen richten (vgl. Leech 1983: 132):

⁴⁴ Leech (1983: 17) unternimmt eine Unterteilung der Bedeutung einer Äußerung in *sense* (=semantische Bedeutung) und *force* (=pragmatische sowie semantische Bedeutung).

⁴⁵ Grice (1975: 47) deutet selbst an, dass es neben den Konversationsmaximen auch andere Maximen ästhetischer, sozialer oder moralischer Art (wie etwa „*be polite*“) gäbe, entwickelt diese aber nicht weiter. Lakoff (1973) übernimmt von Grice die Regel „*Be polite!*“ und fügt noch eine dazu „*Be clear!*“. Die Klarheitsregel kann dem Kooperationsprinzip gleichgesetzt werden, die Höflichkeitsregel hat jedoch Priorität, weil die zwischenmenschlichen Beziehungen für die Interaktion wichtiger als die Klarheit sind.

Tabelle 2: Die Maximen von Leech (1983: 132)⁴⁶

MAXIME	
1. Taktmaxime (<i>Tact maxim</i>) (für Direktive ⁴⁷ und Kommissive)	a) Minimiere die Kosten für den anderen ⁴⁸ b) Maximiere den Nutzen für den anderen
2. Großzügigkeitsmaxime (<i>Generosity maxim</i>) (für Direktive und Kommissive)	a) Minimiere den eigenen Nutzen b) Maximiere die eigenen Kosten
3. Anerkennungsmaxime (<i>Approbation maxim</i>) (für Expressive und Assertive)	a) Minimiere die Geringschätzung des anderen b) Maximiere die Wertschätzung des anderen
4. Bescheidenheitsmaxime (<i>Modesty maxim</i>) (für Expressive und Assertive)	a) Minimiere die eigene Wertschätzung (bzw. Eigenlob) b) Maximiere die Geringschätzung der eigenen Person
5. Zustimmungsmaxime (<i>Agreement maxim</i>) (für Assertive)	a) Minimiere Unstimmigkeiten zwischen dir selbst und dem anderen b) Maximiere Übereinstimmung zwischen dir selbst und dem anderen
6. Sympathiemaxime (<i>Sympathy maxim</i>) (für Assertive)	a) Minimiere Antipathie zwischen dir selbst und dem anderen b) Maximiere Sympathie zwischen dir selbst und dem anderen

Auffallend ist die gegensätzliche Bipolarität der einzelnen Maximen (vgl. Cho 2005: 13), der eine Pol „des Minimierens“, der einen selbst betrifft, und der andere Pol „des Maximierens“, der ausschließlich auf den Profit des anderen gerichtet ist. Die Tatsache, dass dem ersten Teil der Maximen (a) eine größere Gewichtung zugeschrieben wird (s.u. auch das Höflichkeitsprinzip), spricht auch in diesem Ansatz dafür, dass der negativen Höflichkeit eine größere Bedeutung zugeschrieben wird, was ebenfalls zu den Kritikpunkten des Höflichkeitsmodells von Brown/Levinson (1987) zählt (vgl. Nixdorf 2002: 54). Die zentrale Maxime, der auch Leech die größte Bedeutung vor allem für anglophone Gesellschaften beimisst, ist die Taktmaxime⁴⁹.

⁴⁶ In der Tabelle sind nicht nur die Maximen, sondern auch die illokutionären Akte genannt, bei denen die Maximen laut Leech (1983) eine Rolle spielen.

⁴⁷ Leech (1983) verwendet die Bezeichnung *Impositive*, hier wird aber die in der Literatur verbreitete Bezeichnung bevorzugt.

⁴⁸ Deutsche Übersetzung der Maximen in Anlehnung an Erndl (1998: 20ff.) und Valtl (1986: 221) in leicht abgeänderter Form.

⁴⁹ Die Takt- und die Großzügigkeitsmaxime ergänzen einander und werden aus diesem Grund als „two sides of the same coin“ bezeichnet (Ruhi 2006: 65).

Der Höflichkeitsgrad einer Äußerung kann nach Leech (1983) anhand fünf pragmatischer Skalen bestimmt werden, wobei der Autor von einer asymmetrischen Natur der Höflichkeit ausgeht (eine Äußerung kann für den Hörer höflich, aber für den Sprecher unhöflich sein und umgekehrt) (vgl. Leech 1983: 107, 2005: 8). Die ersten zwei Maximen korrelieren mit der Kosten-Nutzen-Skala, nach der die Kosten bzw. der Nutzen für Sprecher und Hörer in Bezug auf den entsprechenden Sprechakt ausgerechnet werden. Die Indirektheitsskala macht deutlich, dass eine Äußerung desto höflicher wirkt, je indirekter sie ausgedrückt wird. Jedoch kann eine indirekte Äußerung wie z.B. „Würdest du bitte damit aufhören“ mit der entsprechenden Intonation und Mimik alles andere als höflich klingen. Auf der Optionalitätsskala lässt sich ermitteln, welche Entscheidungsfreiheiten und Interpretationsmöglichkeiten in Bezug auf die verlangte Handlung der Sprecher dem Hörer einräumt. Zwei weitere Skalen: Die Macht- bzw. Autoritätsskala und die Skala der sozialen Distanz tragen zur Formulierung des Höflichkeitsprinzips bei, das als Erweiterung des Kooperationsprinzips angesehen wird und dem die oben genannten Maximen untergeordnet sind. Leech (1983: 81) erläutert sein Höflichkeitsprinzip folgendermaßen:

In its negative form, the PP might be formulated in a general way: 'Minimize (other things being equal) the expression of impolite beliefs', and there is a corresponding positive version ('Maximize (other things being equal) the expression of impolite beliefs') which is somewhat less important.⁵⁰ (Leech 1983: 81)

Je nachdem, ob in der entsprechenden kommunikativen Situation die Beziehungspflege eine wichtige Rolle spielt, wird gegen die Grice'schen Maximen verstoßen, um dem Höflichkeitsprinzip den Vorrang zu gewähren. Das Papphaus zu loben, das ein Kind gebastelt hat, und es als wunderschön zu bezeichnen, auch wenn es nicht der Wahrheit entspricht, verstößt gegen die Qualitätsmaxime, ist aber im Einklang mit der Takt- und der Anerkennungsmaxime und wirkt sich positiv auf die Beziehungsebene aus. In diesem Sinne ist es auch nach Leech (1983) völlig legitim, wenn das Höflichkeitsprinzip dem Kooperationsprinzip übergeordnet wird. Diese Auffassung wird auch von Lakoff (1973) und Bublitz (2001: 222) vertreten: „Das Recht des Hörers auf Selbstbestimmung und ein positives Selbstbild (*face*) ist in unseren Augen im allgemeinen ein höheres Gut als die strikte Beachtung einer Gesprächsmaxime“. Nixdorf (2002: 55) hebt diesbezüglich hervor, dass

[w]ährend das Kooperationsprinzip eine Konversation dadurch ermöglicht, dass es die Teilnehmer annehmen lässt, der Gesprächspartner sei kooperativ (rationaler Aspekt), ermöglicht das Höflichkeitsprinzip, eine freundliche Atmosphäre aufzubauen bzw.

⁵⁰ In deutscher Übersetzung lautet das Höflichkeitsprinzip in seiner negativen Form in etwa: „Minimiere den Ausdruck unhöflicher Einschätzungen“ (Erndl 1998: 20).

beizubehalten (emotionaler Aspekt), die eine Voraussetzung für die Aufnahme bzw. Aufrechterhaltung der Kommunikation ist. (Nixdorf 2002: 55)

Die Haltbarkeit der einzelnen Maximen – sowohl die der Grice'schen als auch derer von Leech – ist Gegenstand zahlreicher Kritik. Grein (2007: 13) macht z.B. darauf aufmerksam, dass, auch wenn die Maximen von Leech als Erweiterung von den Grice'schen Maximen gelten, die ersteren die letzteren außer Kraft setzen. Sie führt aus, dass die Zustimmung- und Sympathiemaxime von Leech z.B. die Nichthaltbarkeit der Qualitätsmaxime von Grice demonstrieren, und in Kombination mit seinem Höflichkeitsprinzip die Maxime der Quantität aufheben würden, weil „je nach Kultur – andere Informationsdichten bevorzugt“ werden (ebd.: 14). Ein übertriebenes Kompliment z.B. maximiert die Anerkennung und kann gerade dadurch gegen die Qualitätsmaxime verstoßen, weil es als Schmeichelei empfunden wird und eine Ablehnung hervorrufen kann (vgl. Leech 2005: 20). Die Nichthaltbarkeit würde aber auch die Maximen der Relevanz und der Modalität von Grice betreffen. Grein (2007: 14) kritisiert vor allem die Ausrichtung der Maximen auf die englische Kultur.⁵¹ Zahlreiche empirische Studien bezeugen ebenfalls, dass die Maximen keine universale Gültigkeit⁵² besitzen und von „Sprachgemeinschaft zu Sprachgemeinschaft variieren können“ (Bublitz 2009: 208). Dieser Kritikpunkt betrifft aber ebenso das Höflichkeitsmodell von Brown/Levinson (1987), das in einem nachfolgenden Kapitel erläutert wird.

Bublitz (2001: 222) nennt zudem einige Einwände gegen Leechs Modell, die „in erster Linie Zahl und Natur“ der Maximen betreffen. Er kritisiert vor allem „die Auffächerung in drei Generalprinzipien (*cooperative, politeness, irony*)⁵³“ (mit jeweils bis zu vier Maximen), die „unnötige Überschneidungen“⁵⁴ hervorrufen und „wünschenswerte Generalisierungen“ ignorieren würden (vgl. ebd.). In seiner neuen Auflage kritisiert Bublitz (2009: 262) auch „die Postulierung inhärent (un)-höflicher Handlungsmuster“⁵⁵.

⁵¹ Die Maxime der Anerkennung (*approbation maxime*) bezieht sich auf das Loben des anderen, was für die englische Kultur etwas ganz Normales ist, für die japanische (sowie für die chinesische) Kultur hingegen eher einen Verstoß gegen die gängigen Höflichkeitsregeln darstellt, weil es mit einem zweifachen Gesichtsverlust verbunden ist (vgl. Grein 2007: 14).

⁵² Nicht für jede Kommunikation kann Kooperation vorausgesetzt werden, Gerichtsverhandlungen und politische Diskussionen z.B. sind ein Gegenbeispiel für Kooperation (vgl. dazu Trosborg 1995: 25, zit. nach Nixdorf 2002: 59).

⁵³ Diese drei Prinzipien rechnet Leech (1983: 15f.) zu der interpersonellen Rhetorik.

⁵⁴ Von „offensichtlichen Überschneidungen und Redundanzen“ bei den Maximen ist auch bei Hoppmann (2008: 831) die Rede.

⁵⁵ „Some illocutions (*eg orders*) are inherently impolite, and others (*eg offers*) are inherently polite“ (Leech 1983: 83).

Zu den wichtigsten Kritikpunkten am Ansatz von Leech (1983) gehört aber die Gleichsetzung der Indirektheit mit der Höflichkeit.

Indirect illocutions tend to be more polite (a) because they increase the degree of optionality, and (b) because the more indirect an illocution is, the more diminished and tentative its force tends to be. (Leech 1983: 108)

Indirekte Sprechakte sind zweifelsohne ein oft eingesetztes Mittel zur Realisierung von Höflichkeit. Deshalb herrscht in der Forschung die Meinung, dass je indirekter der Sprechakt ist, desto höflicher die Äußerung. Die Indirektheit gehört zu den wichtigsten negativen Höflichkeitsstrategien (vgl. Kap. 3.3.3) einerseits und andererseits gehören die indirekten Sprechakte zu dem Bereich der *off record*-Strategien, die beim Ausführen eines FTAs zur Verfügung stehen (vgl. Brown/Levinson 1987). Die Sprechakttheorie verdankt Searle die Unterscheidung in direkte und indirekte Sprechakte. Direkte Sprechakte sind nach Weigand (2003: 175) „Sprechakte, die eine Illokution entsprechend ihrer wörtlichen Bedeutung ausdrücken“, mit ihnen wird die intendierte Bedeutung also direkt ausgedrückt. Die indirekten Sprechakte unterscheiden sich von den direkten dadurch, dass sie eine primäre und eine sekundäre Illokution aufweisen.⁵⁶ Weigand (2003: 211) erklärt den indirekten Sprechakt folgendermaßen: „Etwas indirekt auszudrücken heißt, sich so zu verhalten, dass derjenige, an den das Verhalten gerichtet ist, Schlussfolgerungen zieht“. Wenn der Sprecher den Satz äußert: „Können Sie mir sagen, wo die Ahorn-Apotheke ist?“ vollzieht er sekundär eine Fragehandlung, aber primär eine Aufforderung bzw. Bitte nach einer Wegauskunft.⁵⁷ Es wird in dieser Situation vom Sprecher mehr als eine *ja*- oder *nein*-Antwort erwartet. Ob der indirekte Sprechakt als solcher erkannt wird, hängt von dem gemeinsamen Hintergrundwissen der Gesprächsteilnehmer und von der Fähigkeit des Hörers ab, Schlussfolgerungen zu ziehen. Für den Sprecher erweist sich die Realisierung des indirekten Sprechakts als problematisch, weil er sich für den indirekten Vollzug entscheidet und gleichzeitig hofft, dass er verstanden wird. Für den Hörer stellt der indirekte Sprechakt insofern ein Problem dar, weil er ihn zunächst als solchen erkennen und schließlich verstehen muss (vgl. Weigand 2003: 214). Letztendlich ist eine definitive Entscheidung, ob ein Sprechakt direkt oder indirekt ist, nicht möglich, weil nur

⁵⁶ Zudem ist eine Differenzierung in konventionalisierte und nicht konventionalisierte Sprechakte verbreitet. Konventionalisierte Sprechakte können anhand bereits vorhandener Konventionen von den Kommunikationspartnern interpretiert werden („Könntest du mir das Buch leihen?“). Nicht konventionalisierte Sprechakte erfordern ein Interpretationsverfahren von dem Hörer, um die Intention des Sprechers zu verstehen („Es ist aber ganz schön kalt in deinem Zimmer.“/„Es zieht.“) (vgl. Blum-Kulka 1990: 266; Lüger 1991: 98f.; Erndl 1998: 56).

⁵⁷ Die Aufteilung in primäre und sekundäre Illokutionsakte wird von Searle (1980: 130) unternommen.

der Sprecher wissen kann, welche Intention hinter seinem Sprechakt steckt. Die Erklärung für den Gebrauch von indirekten Sprechakten, also dafür, warum Sprecher diesen Weg wählen und nicht genau sagen, was sie wollen, könnte möglicherweise der höhere Nutzen sein (vgl. hierzu Ehrhardt 2002: 107), den sie sich als rational handelnde Individuen bei der Verfolgung ihrer Ziele versprechen, aber auch bestimmte Höflichkeitskonventionen (wie z.B. das indirekte Äußern von Kritik im asiatischen Raum). Laut Searle (1980: 132) ist „[b]ei direktiven Sprechakten [...] Höflichkeit die Hauptmotivation für Indirektheit“. Aus diesem Grund wählen Sprecher oft indirekte Realisierungsmöglichkeiten, statt etwas direkt auszudrücken.

Eine Gleichsetzung der Indirektheit mit der Höflichkeit⁵⁸, die auch später bei Brown/Levinson (1987) zu finden ist, erwies sich in vielen empirischen Arbeiten als nicht haltbar, da „das Kriterium der Indirektheit kulturell unterschiedlich gewichtet wird“ (Cho 2005: 11) und „im Kulturvergleich nicht konsistent“ (Grein 2007: 14, 61) ist.⁵⁹ Für die koreanische Kultur ist laut Cho (2005: 11) das Kriterium der Indirektheit weniger relevant als für die deutsche.⁶⁰ Wierzbicka (2003: 33, zit. nach Kotorova 2001: 89) belegt für das Polnische, dass indirekte Aufforderungen wie z.B. „Warum schließt du nicht das Fenster?“ als unhöflich und als eine Art indirekter Kritik empfunden werden. Auch Bublitz (2009: 282) übt starke Kritik an der „geradezu als prototypisch markierte[n] Korrelation zwischen Höflichkeit und Indirektheit“. Er führt aus, dass die Einstufung von Sprachen als direkt oder indirekt und die Übertragung dieser Einstufung auf die jeweilige Sprachgemeinschaft, indem eine Einteilung in ‚höfliche‘ und ‚unhöfliche‘ Sprachgemeinschaften unternommen wird, ebenso nicht haltbar ist. Indirektheit sollte nicht als „unfehlbarer Höflichkeitsgarant“ (ebd.: 278) betrachtet werden, vor allem weil direkte Äußerungen nicht notwendigerweise als unhöflich gelten, da z.B. Warnungen, Wünsche oder Angebote direkt zu formulieren sind, insbesondere, wenn sie im Interesse des Adressaten liegen („Vorsicht, der Tee ist heiß!“, „Wir wünschen Dir eine schöne Fahrt!“, „Nimm Dir ruhig noch ein Stück Kuchen, es gibt noch genug!“) (vgl. Radden 2005; Grein 2007: 74). Für das Deutsche z.B. ist in der Höflichkeitsforschung die Meinung verbreitet, dass es zu den ‚unhöflich-direkten‘ Sprachen gehören soll (Bublitz 2009: 282). Dabei bleibt die Tatsache

⁵⁸ Dass eine indirekte Sprechweise durchaus höflicher wirkt, ist zwar richtig, aber es bedeutet auf keinen Fall, dass direkte Äußerungen von Natur aus unhöflich sind. Je nach der Beziehung zwischen den Gesprächspartnern kann zu große Indirektheit sogar unhöflich wirken, weil sie Distanz schaffen kann (vgl. dazu das Experiment von Garfinkel bei Radden 2005).

⁵⁹ Leechs Annahme, dass eine Äußerung desto höflicher wirkt, je indirekter sie ist, ist nicht nur häufig kritisiert worden, sondern auch empirisch widerlegt worden (vgl. dazu House 1986; Blum-Kulka 1987).

⁶⁰ Cho (2005: 47) berichtet, dass im Koreanischen der Verzicht auf die Indirektheit bei der Realisierung von Direktiven üblich ist, wenn „der Wollensanspruch berechtigt ist und als selbstverständlich gilt“.

unberücksichtigt, dass das Deutsche reich an Modalpartikeln ist, die eine Äußerung sehr wohl als höflicher modifizieren können. Andere Sprachen dagegen verfügen über andere grammatische oder lexikalische Mittel, eine Äußerung höflicher zu gestalten. Um in der Diskussion über (Un)höflichkeit zu bleiben, befasst sich das folgende Kapitel mit einem weiteren Höflichkeitsansatz, der bereits erwähnt wurde und nun präsentiert wird.

3.3 Das *face*-orientierte Höflichkeitsmodell von Brown/Levinson

Das bekannteste und zugleich oft kritisierte Höflichkeitsmodell von Brown/Levinson (1987) hat seit seinem Entstehen die Höflichkeitsforschung enorm beeinflusst⁶¹. Die Autoren beziehen sich bei der Konzeption ihres Modells auf die Annahme von Grice, dass „Kommunizieren als zielgerichtete, rationale Aktivität beschrieben werden muss, die nur dann erfolgreich sein kann, wenn Sprecher und Hörer sich gegenseitig unterstellen, dass sie sich dementsprechend verhalten“ (Ehrhardt 2002: 187):

However, that only essential presumption is what is at the heart of Grice's proposals, namely that there is a working assumption by conversationalists of the rational and efficient nature of talk. It is against that assumption that polite ways of talking show up as deviations, requiring rational explanation on the part of the recipient, who finds in consideration of politeness reasons for the speaker's apparent irrationality or inefficiency. (Brown/Levinson 1987: 4)

Zwei tragende Begriffe liegen dem Modell von Brown/Levinson (1987) zugrunde: *Rationalität* und *face*, die zusammen „eine zielorientierte, effiziente, beziehungsbezogene und konfliktfreie Gesprächsentwicklung [garantieren]“ (Bublitz 2009: 263). Laut Bublitz (2011: 30) wird *Rationalität* von Brown/Levinson im Sinne von Grice⁶² als Abwägung der „(sprachlichen) Mittel und Wege“ verstanden, mit deren Hilfe die zielbezogene Realisierung einer sprachlichen Handlung am schnellsten herbeigeführt werden kann. Der zweite Begriff, der von Goffman übernommen und für dieses Modell modifiziert wurde und in jeder Interaktion eine

⁶¹ Die Bibliographie über Höflichkeit (Bibliography on linguistic politeness) von DuFon/Kasper/Takahashi et al. (1994) in *Journal of Pragmatics* 21 zeigt mehr als 900 Artikel und Bücher über Höflichkeit auf. Die Grundlage für die meisten Arbeiten, die nach 1978 erschienen sind, stellt das Höflichkeitsmodell von Brown/Levinson dar (vgl. dazu auch Fraser 2001: 1406), was für den enormen Einfluss dieses Höflichkeitsmodells spricht. Kasper (2009: 157) betrachtet es als „the most influential proposal“, Locher/Watts (2005: 9) sehen darin „guiding beacon“ und „touchstone for researchers“ (ebd.: 10).

⁶² Gerade der Einsatz des Begriffs *Rationalität* als „oberste Handlungsmaxime“ verbindet das Modell von Brown/Levinson mit dem von Grice (Bublitz 2009: 263).

außerordentlich wichtige Rolle spielt (vgl. dazu auch Ehrhardt 2001: 63), ist das *face*⁶³. Goffman (1986: 10) definiert *face* als

de[n] positive[n] soziale[n] Wert [...], den man für sich durch die Verhaltensstrategie erwirbt, von der die anderen annehmen, man verfolge sie in einer bestimmten Interaktion. Image [*face*] ist ein in Termini sozial anerkannter Eigenschaften umschriebenes Selbstbild, – ein Bild, das die anderen übernehmen können. (Goffman 1986: 10)

Das *face* ist das Selbstbild jedes Menschen und das Bild, das er den anderen präsentieren möchte. Man möchte von seinem Gegenüber z.B. so wahrgenommen werden, wie man sich selbst sieht und einschätzt. Das *face* ist aber nichts Statisches, sondern etwas, „in das emotional investiert wird, das verloren, erhalten oder vergrößert werden kann und auf das in Interaktionen stets geachtet werden muss“ (Brown/Levinson 2007: 60).⁶⁴ Somit liegt es in der Verantwortung des Einzelnen, dass man so wahrgenommen wird, wie man es sich wünscht. Jedoch sollte nach Goffman (1986: 17) „die Aufrechterhaltung des Images [*face*] eine Bedingung für die Interaktion, nicht ihr Ziel“ sein. Brown/Levinson übernehmen den Begriff *face* für ihr Höflichkeitsmodell und modifizieren ihn. Dementsprechend besteht das *face* bei den Autoren aus zwei unterschiedlichen Aspekten oder „Wunschvorstellungen“ (Grein 2007: 65), die als *positive face* und *negative face* bezeichnet und sowohl vom Sprecher als auch vom Hörer angestrebt werden:

negative face: the basic claim to territories, personal preserves, rights to non-distraction – i.e. to freedom of action and freedom from imposition [...]. [...] the want of every ‚competent adult member‘ that his actions be unimpeded by others.

positive face⁶⁵: the positive consistent self-image or ‚personality‘ (crucially including the desire that this self-image be appreciated and approved of) claimed by interactants [...].[...] the want

⁶³ In deutschen Übersetzungen kommen je nach Übersetzer zwei Begriffe für den Terminus *face* vor: „Gesicht“ und „Image“, die leider uneinheitlich und problematisch sind. Aus diesem Grund wird hauptsächlich der englische Begriff *face* eingesetzt und als Terminus Technici verwendet. Da sich die Verfasserin jedoch sowohl Originaltexten als auch verschiedener Übersetzungen bedient hat, kommen teilweise die deutschen Begriffe ebenfalls vor.

⁶⁴ Nicht umsonst gibt es sowohl im Deutschen als auch im Englischen viele Phraseologismen wie die folgenden „das Gesicht wahren“, „sein wahres Gesicht zeigen“, „das Gesicht verlieren“ etc. Im Bulgarischen existiert z.B. die Redewendung „keine Augen haben, um jemandem ins Gesicht zu schauen“ als Äquivalent für „das Gesicht verlieren“, wobei die Gleichsetzung von *face* mit „Augen“ nur im negativen Sinn möglich ist.

⁶⁵ Grein (2007: 66) verweist darauf, dass Scollon/Scollon (2001) und Locher (2004) die Begriffe *involvement aspect of face* (Einbindung) für das *positive face* und *independence aspect of face* für das *negative face* verwenden, um die negative Konnotation zu vermeiden. Valtl (1986: 59) merkt ebenso an, dass „die Begriffe *positiv* und *negativ* zu Unrecht einen polaren Gegensatz in einer einzigen Dimension suggerieren und [...] einen wertenden Charakter haben“. In dieser Arbeit wird trotz der Einwände die Terminologie von Brown/Levinson (1987) wegen ihrer weiten Verbreitung in der

of every member that his wants be desirable to at least some others. (Brown/Levinson 1987: 61f.)

Jeder Mensch als soziales Wesen strebt danach, in der Gesellschaft akzeptiert, geschätzt und von den anderen Mitgliedern anerkannt zu werden. Das *positive face* (*Selbstbild*) stellt dieses Bedürfnis nach „Anerkennung und Wertschätzung der persönlichen Identität und Würde“ (Held 2008: 370), nach Bestätigung, Aufmerksamkeit, Empathie und Zuwendung dar. Wenn man mit bestimmten sprachlichen Handlungen (z.B. Komplimenten⁶⁶, Lob, Bewunderung) seinem Gegenüber all das gewährt, so wertet man sein *positive face* auf, bezogen auf das eigene *positive face* können sich dieselben sprachlichen Handlungen (Lob, Prahlen) eher negativ auswirken. Das *negative face* dagegen drückt sich in der Aufrechterhaltung des eigenen Freiraums aus, in der Abgrenzung, in der Unabhängigkeit, nach den eigenen Wünschen zu handeln, und in dem Bedürfnis, durch andere in den eigenen Handlungen nicht gestört zu werden. Das *negative face* des Sprechers wird z.B. bei Annahmen von Dank, Angeboten und Entschuldigungen gefährdet (vgl. Erndl 1998: 23). Das Beachten des *negative face* des Hörers bedeutet zudem, sein Selbstbestimmungsrecht zu akzeptieren, das durch Aufforderungen, Ratschläge⁶⁷, Drohungen, Befehle etc. seitens des Sprechers verletzt werden kann.

Das *positive* und das *negative face* sind wie erwähnt keine feststehenden Größen, sondern müssen in der Interaktion aufgebaut werden (vgl. Lüger 2001: 6). Das Bedürfnis jedes Individuums, die Balance zwischen *positive* und *negative face* zu erreichen und sein Gesicht zu wahren, verlangt das Einhalten von bestimmten sprachlichen Konventionen, um Konflikte zu vermeiden, die das Gefährden des *face* hervorrufen können. Jedes Individuum entscheidet für

linguistischen Literatur zu Höflichkeit beibehalten. Die Verwendung anderer Begrifflichkeiten würde m.E. lediglich zu terminologischer Verwirrung führen.

⁶⁶ Komplimente gelten zwar als „gesichtswahrende oder gesichtsstärkende Handlungen“ (Lüger 2001: 6), können aber ebenso das *negative face* des Adressaten bedrohen, weil sich der Adressat gezwungen sieht, sich für eine von mehreren Alternativen zu entscheiden: das Kompliment anzunehmen oder abzulehnen, sich dafür zu bedanken oder sogar ein Gegenkompliment zu äußern. Komplimente können als gesichtsbedrohend (*face threatening*) gesehen werden, wenn sie vom Empfänger als Neid interpretiert werden, weil der Komplimentgeber einen Gegenstand oder eine Fähigkeit des Adressaten als begehrenswert darstellt (vgl. dazu auch Holmes 1988: 449). Nach dem Erhalt des Kompliments steht der Komplimentempfänger außerdem in der Schuld des Komplimentgebers, deshalb ist z.B. das Ignorieren von Komplimenten eher unüblich und würde der Beziehungsebene schaden.

⁶⁷ Ratschläge können laut Erndl (1998: 25) sowohl das *positive* als auch das *negative face* bedrohen. Das *positive face* des Kommunikationspartners wird durch den Ratschlag bedroht, weil dadurch auf einen möglichen Fehler aufmerksam gemacht wird. Das *negative face* wird dadurch bedroht, dass sich der Kommunikationspartner zu einer Befolgung des Ratschlags verpflichtet sieht (vgl. hierzu das Beispiel bei Erndl 1998: 25).

sich selbst, ob es sein *positive* oder sein *negative face* in den Vordergrund stellt. Beide Kommunikationspartner kennen ihre eigenen *face*-Bedürfnisse und versuchen in der Interaktion jene ihres Gegenübers zu ergründen (vgl. Grein 2007: 66). Die Imagepflege (*face-work*) äußert sich in einem „wechselseitigen Engagement“ (Ehrhardt 2002: 65) der Interaktanten, indem jeder Interagierende dazu verpflichtet ist, sowohl sein Gesicht zu schonen als auch auf das seines Gegenübers zu achten.⁶⁸

So wie vom Mitglied jeder Gruppe erwartet wird, Selbstachtung zu zeigen, so wird von ihm erwartet, einen bestimmten Standard von Rücksichtnahme aufrecht zu erhalten; man erwartet von ihm, daß er sich bis zu einem gewissen Grad bemüht, die Gefühle und das Image anderer Anwesender zu schonen, und zwar freiwillig und spontan auf Grund emotionaler Identifikationen mit den anderen und ihren Gefühlen. (Goffman 1986: 15)

Ferner hebt Ehrhardt (2002) hervor, dass ein Verzicht auf die Imagearbeit (*face-work*) in der Kommunikation nicht rational wäre: „So wie es bei Luftzug nicht rational wäre, das Fenster so fest zuzuwerfen, dass die Scheibe zerstört wird, wäre es nicht rational, das Engagement für das Image der anderen in Gesprächen einzustellen“ (ebd.: 102). In diesem Sinne scheint laut Ehrhardt (ebd.: 68) die Beschreibung der Höflichkeit als „eine mögliche Technik der Imagepflege“, und zwar diejenige, die „darauf ausgerichtet ist, dass die momentane Interaktionssituation ausgeglichen, harmonisch, friedlich und kooperativ ist“ (ebd.), angemessen zu sein.

3.3.1 Gesichtsbedrohende Akte (GBA⁶⁹/FTAs) und Strategien zu ihrer Ausführung

Brown/Levinson (1987) betrachten ihrerseits „Höflichkeit als ein strategisches und kompensatorisches Mittel“ (Fidancheva 2013: 65), welches in Interaktionen eingesetzt werden muss, da sprachliche Handlungen bzw. kommunikative Akte eine potentielle Bedrohung sowohl für das *positive* als auch für das *negative face* darstellen. Jede Interaktion bietet demzufolge Möglichkeiten für potenzielle Verletzungen, aber gleichermaßen für potentielle Aufwertungen des Gesichts an. Die gesichtsbedrohenden Handlungen bzw. Akte werden von Brown/Levinson (1987) als *face threatening acts*, kurz *FTAs* bezeichnet. Solche *FTAs* ergeben sich in der Kommunikation durch bewusste oder unbewusste Missachtung der *face*-

⁶⁸ Goffman (1986: 19) unterscheidet zwischen *defensiven* und *protektiven* Praktiken. Die *defensiven* Praktiken beziehen sich auf die Wahrung des eigenen *face*, die *protektiven* auf die Wahrung des *face* der anderen.

⁶⁹ Die *FTAs* (*face threatening acts*) sind in deutscher Übersetzung als *GBA* (gesichtsbedrohende Akte) bekannt. Der besseren Lesbarkeit und der Bekanntheit halber wird in dieser Arbeit der englische Begriff verwendet.

Bedürfnisse des anderen, die auf falscher Wahrnehmung beruhen können oder auch auf Unkenntnis bestimmter sprachlicher Konventionen, vor allem beim Aufeinandertreffen unterschiedlicher Kulturen. Deshalb sollte laut Brown/Levinson (2007: 69) jeder rationale Interaktionsteilnehmer „gesichtsbedrohende Akte vermeiden bzw. bestimmte Strategien verwenden, um die Bedrohung zu minimieren“. Sowohl Komplimente als auch Komplimenterwiderungen werden von Brown/Levinson als gesichtsbedrohende Akte eingestuft (für Komplimente s. Fußnote 66). Dies gilt für Komplimenterwiderungen, weil sie eine Beurteilung der im Kompliment erhaltenen Bewertung darstellen.

Beim Eintritt eines gesichtsbedrohenden Aktes stehen dem Sprecher folgende Strategien (sogenannte Höflichkeitsstrategien) zur Verfügung (s. Abb. 7), deren Stärke in der folgenden Reihenfolge zunimmt: Die erste Strategie (1) ist die am wenigsten höfliche, die vierte (4), in unserem Fall die Indirektheit, gilt als die höflichste Strategie. Die fünfte Strategie (5) ist der Verzicht auf das Ausführen des gesichtsbedrohenden Aktes.

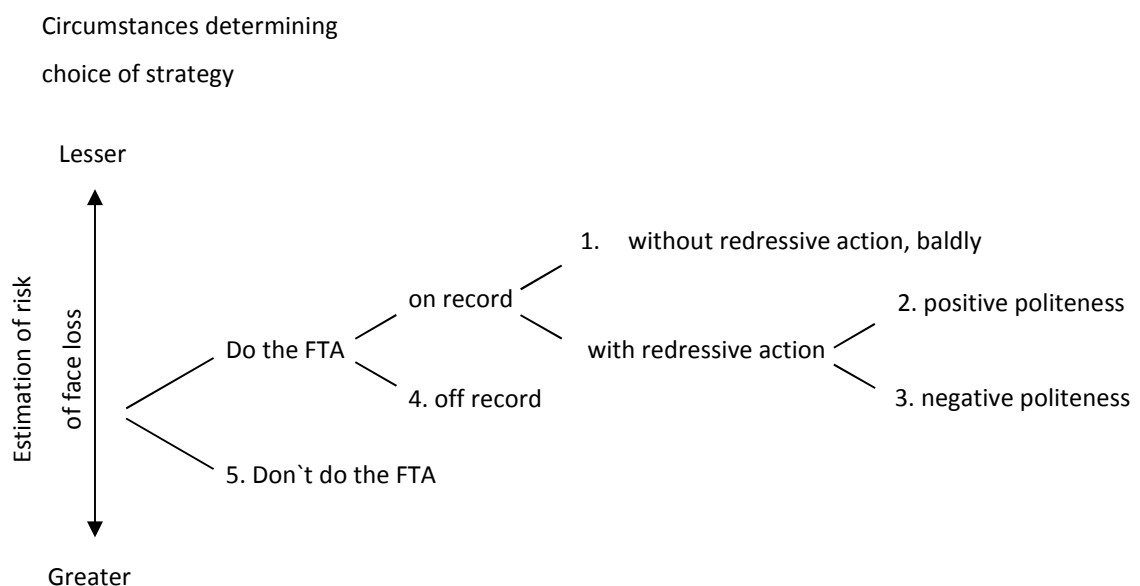


Abb. 7: Mögliche Strategien zur Ausführung von FTAs (Brown/Levinson 1987: 60)

1) Der Sprecher kann offenkundig (*on record*) vorgehen und den Sprechakt direkt, ohne abschwächende Handlungen ausdrücken (*without redressive action, baldly*), indem er riskiert, dass durch seine Offenheit die Kommunikation gestört werden kann, weil in einigen Kulturen gesichtsbedrohende Akte wie z.B. Kritik vermieden oder indirekt ausgedrückt werden (vgl. für die chinesische Kultur Liang 1992: 72). Die Wahl dieser Strategie erfolgt vor allem dann, wenn dem Sprecher die Effizienz seiner Handlung wichtiger als die Wahrung des Gesichts des Hörers ist (vgl. Meyer 2007: 22). So wird ein Notarzt während einer Operation zu der Schwester

„Skalpell“ sagen und nicht „Könnten Sie mir bitte das Skalpell reichen?“, weil in der entsprechenden Situation die *face*-Bedürfnisse eine untergeordnete Rolle spielen (Leech 1983: 81). Eine ganz vertraute Anwendung dieser Strategie stellen z.B. die Anweisungen dar, die man von Autonavigationssystemen zu hören bekommt: „Nach 20 Metern links abbiegen“. Laut Bouchara (2002: 33) entspricht „[d]ie Strategie *bald on record* [...] einem sprachlichen Verhalten, das sein Äquivalent in den von Grice (1975) postulierten Konversationsmaximen findet“.

2) Der Sprecher kann offenkundig vorgehen und dabei kompensierende bzw. ausgleichende Handlungen (*redressive action*), z.B. „positive Höflichkeit“ (*positive politeness*), anwenden, um die potentielle Gesichtsbedrohung zu mildern. Die Strategie „positive Höflichkeit“ (*positive politeness*) ist auf das *positive face* des Hörers gerichtet und hat das Ziel, als „Solidaritätshöflichkeit“⁷⁰ die Kooperativität zwischen den Kommunikationspartnern zu betonen sowie die Bedürfnisse des Hörers nach Zugehörigkeit zu der ‚in-group‘, nach Gleichheit und Wertschätzung zu befriedigen. Somit gibt der Sprecher dem Hörer zu verstehen, dass er mit seinen Bedürfnissen übereinstimmt (vgl. Meyer 2007: 23). In der Höflichkeitsforschung sind auch weitere Bezeichnungen für die „positive Höflichkeit“ zu finden: Bouchara (2002: 34) bezeichnet diese Strategie als „Strategie der Annäherung“, bei Valtl (1986) ist von „Zuwendungshöflichkeit“ die Rede, Cherubim (2011: 5) spricht von „fördernder Höflichkeit“.

3) Eine weitere kompensierende Handlung stellt die „negative Höflichkeit“ (*negative politeness*) dar. Im Unterschied zu der positiven Höflichkeit ist sie im Dienst des *negative face* und stellt eine Vermeidungsstrategie dar. Sie ist laut Weinrich (1986: 9) „auf Schonung“⁷¹ und Entlastung des anderen bedacht“. Nicht umsonst wird sie von Rathmayr (1996: 376) als „Distanzhöflichkeit“ bezeichnet, weil sie nach Wahrung der Handlungsfreiheit des Hörers strebt und somit die Distanz zwischen den Gesprächsteilnehmern verstärkt. Brown/Levinson (2007: 71) charakterisieren die negative Höflichkeit als „Selbst-Zurücknahme, Förmlichkeit und Zurückhaltung“, die für das Respektverhalten charakteristisch sind.

⁷⁰ Der Begriff „Solidaritätshöflichkeit“ (*solidarity politeness*) wurde von Scollon/Scollon (1981) geprägt (vgl. Rathmayr 1996: 376). Die negative Höflichkeit wird von den Autoren als „Ehrerbietungshöflichkeit“ (*deference politeness*) bezeichnet (vgl. Bouchara 2002: 35), um die negative Konnotation des Begriffs zu vermeiden.

⁷¹ Cherubim (2011: 5) verwendet für die „negative Höflichkeit“ z.B. den Begriff „schonende Höflichkeit“.

Laut Rathmayr (1996: 17) ist „[d]ie relative Gewichtung von positiver und negativer Höflichkeit [...] kulturspezifisch unterschiedlich [...]“. Dies äußert sich in der Vermutung, dass für kollektivistische Gesellschaften wie China, Polen, Russland und Japan⁷² die positive Höflichkeit und somit die Solidarität eine größere Rolle spielt und der negativen Höflichkeit weniger Bedeutung beigemessen wird, für individualistische Gesellschaften wie die amerikanische, aber auch die deutsche dagegen die negative Höflichkeit und somit die Unabhängigkeit ausschlaggebend sind (vgl. Kasper 1990; Rathmayr 1996: 17; Grein 2007: 67).

4) Als weitere Strategie steht dem Sprecher die Möglichkeit zur Verfügung, den Sprechakt nicht offenkundig (*off record*)⁷³ zu vollziehen und eine indirekte Äußerung auszudrücken. Wenn der Sprecher z.B. sagt „Mist, ich habe nach der Arbeit vergessen, zur Bank zu gehen, dabei wollten wir heute zusammen Kaffee trinken gehen“⁷⁴, dann möchte er die direkte Bitte „Kannst du mir vielleicht Geld leihen, ich habe vergessen, zur Bank zu gehen“ nicht ausführen, weil er damit das *negative face* des Hörers beeinträchtigen würde. Durch den indirekten Vollzug der Handlung überlässt der Sprecher dem Adressaten die Möglichkeit zu einem Ausweg bzw. einem Fluchtweg: Er kann die illokutive Intention der Äußerung übergehen, indem er dem Sprecher vorschlägt, mit ihm zur Bank zu laufen, oder er kann ihm anbieten, für ihn mitzubezahlen. Die Wahl des nicht offenkundigen Vorgehens ist Kennzeichen für taktvolles Verhalten (vgl. Brown/Levinson 2007: 72) und kann zugleich als „Anerkennung für Großzügigkeit und Kooperationsbereitschaft“ gelten, weil der Sprecher von seinem Gegenüber eben dieses („Kein Problem, ich kann für dich mitbezahlen“) und nicht ein anderes Verhalten erwartet, indem er sich für die Indirektheit entscheidet.

Letztendlich bleibt es dem Sprecher überlassen, ob er sich für die indirekte, mehrdeutige und somit mit mehr Erschließungsaufwand für den Hörer verbundene Äußerung entscheidet, um den gesichtsbedrohenden Akt zu mildern, oder ob er der Verständlichkeit halber eine direkte, unmissverständliche Äußerung formuliert.

⁷² Genkova (2003: 42) beschreibt die Lage in Bulgarien bezüglich der Dimension „Individualismus-Kollektivismus“ als „eher ambivalent“ und „überwiegend kollektivistisch orientiert“. Sie weist darauf hin, dass „[d]as Wort ‚Individualismus‘ [...] von der kommunistischen Ideologie semantisch negativ belastet [wurde].“ Meines Erachtens trägt eher die ältere Generation die kollektivistischen Werte, die jüngere tendiert jedoch dazu, westliche Werte zu favorisieren und dementsprechend auch den Individualismus. Des Weiteren ist eine unterschiedliche Werteorientierung zwischen den Menschen, die in den Großstädten wohnhaft sind und denen, die auf dem Land leben, anzunehmen.

⁷³ Bublitz (2009: 267) nennt diese Strategie „Strategie des Verschleierns“, um ihren indirekten und ambivalenten Charakter zu betonen.

⁷⁴ Das Beispiel wurde von Brown/Levinson (1987: 69) in modifizierter Form übernommen.

5) Und als letzte und beste Strategie, um einen möglichen Gesichtsverlust auszuschließen, kann der Sprecher einfach darauf verzichten, den Sprechakt zu vollziehen (*don't do the FTA*), weil er z.B. das Ausführen des Sprechaktes als gesichtsbedrohend betrachtet. Dies kann aber folglich zum Misslingen der Kommunikation führen.

Brown/Levinson (2007) gehen davon aus, dass die oben aufgezählten Strategien allgemeingültig sind und von jedem rational handelnden Individuum unter denselben Bedingungen gewählt werden,⁷⁵ jedoch unterscheidet sich die Auswahl in der Gewichtung (vgl. Brown/Levinson 2007: 72). „Je gefährlicher ein gegebener GBA x [FTA] in S's Einschätzung ist, desto wahrscheinlicher wird S sich für eine höherzahlige Strategie entscheiden“ (ebd.: 74). Die Wahl einer dieser Strategien und die Häufigkeit ihres Einsatzes hängt außerdem von folgenden Variablen ab: *Power* (P), *Distance* (D)⁷⁶ und *Rank* (R)⁷⁷ und stellt somit das „Ergebnis eines logischen Kalküls“ (Valtl 1986: 231) dar.

Die *soziale Distanz* (SD) zwischen Sprecher und Hörer ist eine symmetrische Größe der Gleichheit bzw. der Unterschiedenheit und bestimmt sich aus der geschätzten Häufigkeit von Interaktionen zwischen den Interaktionsteilnehmern und aus der Art des Austausches von materiellen oder immateriellen Gütern (vgl. Brown/Levinson 2007: 79). Es handelt sich also um den Bekanntheitsgrad der Interaktanten bzw. um die Vertrautheit zwischen ihnen. Die Beziehung zu dem Ehepartner, den Kindern oder engen Freunden kann z.B. als sehr geringe soziale Distanz (-SD) bezeichnet werden, die Beziehung zu einer ehemaligen Mitschülerin hingegen, der man höchstens zweimal im Jahr begegnet, wird eher als große soziale Distanz (+SD) betrachtet.

Die *relative Macht* (P⁷⁸) ist eine asymmetrische Größe und stellt das Machtverhältnis zwischen Sprecher und Hörer dar.

⁷⁵ Diese Tatsache erklären sie damit, „dass die jeweiligen Strategien intrinsisch bestimmte Erträge [payoffs] bzw. Vorteile mit sich bringen“ (Brown/Levinson 2007: 72).

⁷⁶ Im Folgenden wird der Begriff „soziale Distanz“ (SD) verwendet.

⁷⁷ Die drei Faktoren werden von Brown/Levinson (2007: 76) „nicht als *soziologische* Einschätzungen *tatsächlicher* Macht, Distanz usw. [verstanden], sondern nur als Vermutungen eines *Akteurs* über solche Einschätzungen, von denen geglaubt wird, dass sie gegenseitig vermutet werden (zumindest innerhalb bestimmter Grenzen)“.

⁷⁸ Aus dem englischen Begriff „Power“. Der deutsche Begriff „Macht“ (M) ist in diesem Zusammenhang nicht so verbreitet, deshalb wird hier der englische verwendet. In den anderen beiden Fällen (D und R) stimmen die Initialbuchstaben im Deutschen und im Englischen überein.

Die *absolute Rangfolge* (R) ist „ein Wert, der den Grad misst, in dem ein GBA [FTA] x in einer gegebenen Kultur als Eingriff aufgefasst wird“ (Brown/Levinson 2007: 78), das Gewicht der Imposition in der Kultur. Eine Frage nach dem Familienstand und der Zahl der Kinder oder nach dem Einkommen wird in Deutschland als Eindringen in die Privatsphäre sowie als Verletzung des *negative face* aufgefasst⁷⁹ und aus diesem Grund unter Unbekannten vermieden, in China dagegen gehört sie zur Höflichkeit, weil man damit sein Interesse für den Kommunikationspartner zeigt.

Die drei genannten Variablen sind situations- und kontextabhängig. Zwei Marburger Studierende, die sich bei Begegnungen in der Universität kaum grüßen würden, weil sie sich nur flüchtig aus Seminaren kennen, würden sich mit großer Wahrscheinlichkeit warmherzig begrüßen und positive Höflichkeitsstrategien anwenden, wenn sie sich als die einzigen deutschen Praktikanten an einer Uni in Uganda begegnen würden. Bezogen auf die *relative Macht* (P) meint diese Abhängigkeit, dass man in seiner Position als Bankdirektor einem Kunden den gewünschten Kredit ablehnen kann, jedoch wenn der Kunde sich als Arzt erweist, zu dem der Bankdirektor eines Tages hingehen könnte, wird der Arzt derjenige sein, der in der Machtposition steht und der ein respektvolles Verhalten erwarten wird. Zu beachten ist außerdem, dass die Bedeutung der einzelnen Variablen sich von Kultur zu Kultur unterscheidet. Wenn in Deutschland und Bulgarien keine besonderen Anreden als Respektbezeugung für die Großeltern⁸⁰ seitens der Enkelkinder verwendet werden, so ist dies in Japan z.B. doch der Fall.

Auch wenn das Höflichkeitsmodell von Brown/Levinson (1987) zahlreiche Arbeiten über Höflichkeit beeinflusst hat (s. Fußnote 61), so blieb die Kritik nicht aus. Der Universalitätsanspruch⁸¹, der bereits dem Titel (*Politeness – Some Universals in Language Usage*) zu entnehmen ist, die Fokussierung auf das *negative face* und somit die Akzentuierung auf die negative Höflichkeit⁸² sowie die Betrachtung der meisten Sprechakte als

⁷⁹ Thomas (1983: 94) bezeichnet dies als einen soziopragmatischen Fehler.

⁸⁰ Dafür verwendet man in Bulgarien spezielle Anreden für den älteren Bruder („batko“) bzw. die ältere Schwester („kaka“), die als Respektbezeugung dienen und im Deutschen nicht existieren. Die Anrede der Eltern mit Vornamen, die in Deutschland durchaus verbreitet ist, ist in Bulgarien z.B. nicht verbreitet.

⁸¹ Held (2008: 370) vertritt die Meinung, dass der von Brown/Levinson erhobene Universalitätsanspruch den Blick auf interkulturelle Verschiedenheiten verstellt und Wertsysteme verabsolutiert.

⁸² Höflichkeit wird häufig mit der Vermeidung gesichtsbedrohender Sprechakte und der Abschwächung kritischer Situationen gleichgesetzt, wohingegen die positive Höflichkeit, die sich in dem Wunsch nach Anerkennung und Wertschätzung äußert und durch Komplimente oder Lob zum Ausdruck gebracht wird, selten als problematisch empfunden wird (Neuland 2011: 129f.).

gesichtsbedrohende Akte⁸³ wurden stark kritisiert⁸⁴ (vgl. dazu Nixdorf 2002: 51; Held 2008: 370; Bublitz 2009: 265; Bublitz 2011: 32ff.⁸⁵), vor allem wegen der Tatsache, dass in der chinesischen (vgl. Chen 1993), japanischen (vgl. Grein 2007), russischen (vgl. Rathmayr 1996) und polnischen Kultur (vgl. Wierzbicka 1985) der negativen Höflichkeit keine so große Bedeutung beigemessen wird wie von Brown/Levinson angenommen (vgl. Nixdorf 2002: 51). Der Höflichkeitsbegriff, der von Brown/Levinson postuliert wird, ist laut Bublitz (2011: 35f.) „einseitig und fast ausschließlich auf die Vermeidung von Harmoniestörungen, die Aufrechterhaltung des Status quo der Sprecher-Hörer-Beziehung und generell der Aggressionssteuerung fixiert“ und entspricht somit nicht der realen zwischenmenschlichen Interaktion (vgl. auch Bublitz 2009: 262).

Anlass zu Kritik bietet ebenfalls die Behauptung von Brown/Levinson (1987: 76), dass die drei Variablen (D, P und R), die zur Schwere eines gesichtsbedrohenden Aktes (FTA) beitragen, sowie der Höflichkeitsgrad messbar seien und dass ein linearer Zusammenhang zwischen Höflichkeitsgrad und sozialer Distanz bestehe⁸⁶ (vgl. Warga 2004: 32). Die Autorin verweist in diesem Punkt auf Wolfson (1989: 129-139), die die Beobachtung machte,

dass Distanz und Höflichkeit nicht linear, sondern in Form einer glockenförmigen Kurve korrelieren: Während größte Höflichkeit in Beziehungen mit Arbeitskollegen oder Freunden, also Bekannten aber nicht engen Vertrauten, investiert wird, nimmt die Höflichkeit in Beziehungen an den beiden Polen des Distanz-Kontinuums, also mit engen Vertrauten oder Fremden, ab⁸⁷. (Warga 2004: 32; vgl. dazu auch Kasper 1993: 60)

Zusammenfassend wird von Kasper (1993: 60) angemerkt, dass diese Tatsache damit zu begründen sei, dass Beziehungen mittlerer sozialer Distanz ein größeres Ausarbeitungspotential aufweisen und somit die unmittelbare Interaktion für sie potentiell

⁸³ „[C]ertain kinds of acts intrinsically threaten face, namely those acts that by their nature run contrary to the face wants of the addressee and/or of the speaker“ (Brown/Levinson 1987: 65).

⁸⁴ Weigand (2003: 27) schließt sich dieser Kritik ebenfalls an: „Miteinander interagieren kann mitunter zu Konflikten führen, doch ist kommunikatives Handeln nicht generell auf konfliktvermeidendes Handeln zurückzuführen“.

⁸⁵ Bublitz (2011: 35) kritisiert vor allem die Tatsache, dass in diesem Modell „der anglo-amerikanische Gebrauch zur allgemeingültigen Richtschnur erhoben wird“. Dadurch ergeben sich falsche Schlussfolgerungen, dass man einige Sprachen, Sprachgemeinschaften oder sogar Kulturen als ‚weniger höflich‘ im Vergleich zu anderen, die als ‚höflich‘ gelten, bezeichnet.

⁸⁶ Von demselben linearen Zusammenhang ist auch bei Leech (1977: 23f., zit. nach Rathmayr 1996: 24) die Rede.

⁸⁷ Der Einsatz von Höflichkeitsstrategien im Familienkreis z.B. kann sogar als störend empfunden werden, so wie dies von Garfinkel (1972) an einem Experiment illustriert wurde, dessen Ergebnis war, dass Höflichkeit die Familienmitglieder verblüffte und sogar wütend machte (vgl. dazu Radden 2005).

konsequenzreicher sei, als dies bei wesentlich festgelegteren Beziehungskonstellationen der Fall sei.

Als weiterer Kritikpunkt kann die „Sprecherfixiertheit“ betrachtet werden, die bereits aus der Kritik über die Sprechakttheorie bekannt ist und sich bei Brown/Levinson in der Annahme manifestiert, dass allein der Sprecher die Wirkung seiner Äußerungen bestimmt. In Wirklichkeit hängt diese Wirkung jedoch von der Wahrnehmung und Interpretation dieser Äußerungen durch den Hörer/Empfänger ab (vgl. dazu Bublitz 2011: 33). Schließlich wird hier auf die Schlussfolgerung von Beetz (2002: 70) über das Höflichkeitsmodell von Brown/Levinson hingewiesen, dass trotz seiner zahlreichen Kritik und Ergänzungs- bzw. Erweiterungsversuche „bis heute ein überzeugenderes und vergleichbar elaboriertes Beschreibungsmodell noch aus[steht]“.

Eine Besonderheit der Höflichkeitstheorie von Brown/Levinson (1987) ist der Einsatz der Höflichkeit als Strategie, um die bereits erwähnten *face threatening acts* (FTAs) abzuschwächen. Bublitz (2011: 32) definiert aus diesem Grund Höflichkeit als „das Bemühen um Schadensbegrenzung mittels sprachlicher Strategien“. Mit Hilfe von sogenannten Höflichkeitsstrategien kann der Sprecher das Gesicht des Hörers wahren und auf seine *face*-Bedürfnisse Rücksicht nehmen. Im Folgenden wird daher kurz auf die einzelnen Mechanismen eingegangen, die der positiven und negativen Höflichkeit dienen.

3.3.2 Positive Höflichkeitsstrategien⁸⁸

Die positiven Höflichkeitsstrategien werden bei anderen Autoren als „Höflichkeitsformen der Zuwendung“ (Valtl 1986: 59), „Strategien der Solidaritätshöflichkeit“, „Zuvorkommenheitsstrategien“ (vgl. Rathmayr 1996: 377), „Einbindungsstrategien“ (Grein 2007) oder „Strategien der Nähe“⁸⁹ (Thaler 2012) bezeichnet. Diese Strategien dienen der Aufwertung des *positive face* eines Individuums. Brown/Levinson (1987: 102) betrachten als

⁸⁸ Eine ausführliche Beschreibung der positiven sowie der negativen Höflichkeitsstrategien mit entsprechenden deutschen Beispielen findet sich bei Valtl (1986). Die folgende Darstellung bezieht sich in modifizierter Form auf Valtl (1986) und Grein (2007) in Anlehnung an Brown/Levinson (1987). Die Beispiele stammen teilweise von der Verfasserin und teilweise aus der verwendeten Literatur. Für die englischen Beispiele zu jeder Strategie siehe Brown/Levinson (1987: 103-129).

⁸⁹ Die Autorin weist darauf hin, dass es sich bei den Bezeichnungen „Nähe“ und „Distanz“ lediglich um „metaphorische Bezeichnungen für spezifisch definierte Kategorien von Strategien“ handelt, die „nicht notwendigerweise mit dem Grad der Vertrautheit zwischen den Gesprächspartnern [...] [korrelieren]“ (Thaler 2012: 58).

grundlegende Mechanismen⁹⁰ der positiven Höflichkeit 1) die Schaffung einer gemeinsamen Basis zwischen Sprecher und Hörer (*claim common ground*), 2) die Vermittlung von Kooperation zwischen Sprecher und Hörer (*convey that S und H are cooperators*) und 3) die Erfüllung von Bedürfnissen des Hörers (*fulfil H's want*). Im Folgenden werden die ersten beiden Mechanismen dargestellt, weil nur sie sich auf die sprachliche Höflichkeit beziehen. Der letzte Mechanismus besteht nur aus einer Strategie „Geschenke geben“⁹¹.

- I. Eine gemeinsame Basis zwischen S und H wird durch folgende Unterstrategien realisiert (Brown/Levinson 1987: 103-129):
 - (1) Aufmerksamkeiten, die die Beachtung der Interessen oder Bedürfnisse des Hörers signalisieren (z.B. durch Komplimente: *Du siehst heute fabelhaft aus!*)
 - (2) Übertreibung des Interesses, der Wertschätzung bzw. der Anerkennung und der Sympathie für den Hörer (*Das hast du wunderbar hingekriegt!*)
 - (3) Intensivierung des Interesses für H (*Du machst sonst immer den Abwasch. Diesmal mache ich ihn.*)
 - (4) Signalisierung der Zugehörigkeit zur selben Gruppe durch verschiedene Merkmale (z.B. durch symmetrischen Anredegebrauch, durch Dialekt, Slang, Jargon, z.B. *Hi, Alter! Schätzchen, Mausl, Süße* etc.)
 - (5) Zustimmung suchen durch Ansprechen von sicheren Themen, Wiederholung von Teilen der vorangegangenen Äußerung des Partners (*Ich fahre morgen in Urlaub – Ach ja, du fährst in Urlaub.*) oder Hörersignale (*ja, hm, aha*)
 - (6) Vermeidung von Missverständnissen bzw. Meinungsverschiedenheiten durch Pseudo-Zustimmungen, weiße Lügen, hedges (*Können Sie mir folgen? – Nicht ganz.*)
 - (7) Strategien, die die Annahme einer gemeinsamen Basis implizieren oder zumindest behaupten, dies zu tun (*Ich weiß, dass du es nicht leicht hast.*)
 - (8) Scherze⁹²

⁹⁰ Brown/Levinson (1987) bezeichnen diese Mechanismen als *output strategies*.

⁹¹ Hier sind nicht nur Gesten wie das Aufhalten der Tür und das Überreichen von Geschenken gemeint, sondern auch das Geben solcher „Geschenke“ wie Verständnis, das Zuhören, sich für den Kommunikationspartner Zeit nehmen usw., die die Bedürfnisse des *positive face* des Hörers erfüllen.

⁹² Bei dieser Strategie ist die Vertrautheit zwischen den Kommunikationspartnern Voraussetzung für das Verständnis, sonst kann der Scherz, wenn er nicht richtig aufgefasst wird, als Beleidigung verstanden werden.

II. Der zweite Mechanismus (Kooperation zwischen Sprecher und Hörer) manifestiert sich durch folgende Unterstrategien:

- (9) Zeigen, dass man die Bedürfnisse des anderen anerkennt und auf sie eingeht (*Du bist sicher müde nach der langen Fahrt und möchtest dich hinlegen.*)
- (10) Angebote und Versprechungen (*Wenn Sie Fragen haben, können Sie mir eine E-Mail schreiben.*)
- (11) Optimismus zeigen, indem man die Bereitwilligkeit des Kommunikationspartners voraussetzt (*Du hast sicher nichts dagegen, wenn ich eine Freundin zu deiner Party mitbringe.*)
- (12) Einbeziehung des Hörers in die Aktivität (z.B. durch Grüßen oder durch Verwendung des Pronomens „wir“ statt „du“ und „ich“)
- (13) Angabe von Gründen oder Frage danach⁹³ (*Warum lässt du dich nicht von deinem Mitbewohner zum Bahnhof fahren?*)
- (14) Annahme oder Bestätigung von Reziprozität (*Ich habe diese Woche für dich gekocht, dann kannst du nächste Woche mein Auto waschen.*)

3.3.3 Negative Höflichkeitsstrategien

Die Vermeidung der negativen Konnotation des Begriffes „negative Höflichkeitsstrategien“ erfolgt bei einigen Autoren durch Bezeichnungen wie „Vermeidungsstrategien“, „Höflichkeitsformen der Distanzwahrung“ (Valtl 1986: 59), „Strategien der Distanzhöflichkeit“ (Rathmayr 1996), „Strategien der Distanz“ (Thaler 2012). Die negativen Höflichkeitsstrategien werden eingesetzt, um die Bedürfnisse des *negative face* zu erfüllen, und werden durch Strategien repräsentiert, die darauf zielen, die Unabhängigkeit des Kommunikationspartners nicht zu gefährden, seine Privatsphäre zu schützen und ihm somit Freiheitsspielräume zu gewähren. Die Verwirklichung dieser Bedürfnisse äußert sich in der Schaffung einer zwischenmenschlichen Distanz. Menschen sind in ihrem Alltag ständig Bedrohungen ausgesetzt, indem sie auf Bitten oder Aufforderungen eingehen oder Entschuldigungen annehmen müssen. Vor allem direktive Sprechakte, aber auch Ablehnungen können das *negative face* bedrohen. Die negativen Höflichkeitsstrategien sollen zur Abschwächung dieser Bedrohungen dienen. An erster Stelle als häufigste negative Höflichkeitsstrategie ist die *konventionelle Indirektheit* zu erwähnen. Ablehnungen können statt direkt indirekt ausgedrückt werden (Tochter zur Mutter: „Kannst du mir mit den Hausaufgaben helfen?“ – „Dein Vater hat sicher auch Zeit.“), eine direkte Aufforderung kann als Fragehandlung

⁹³ Diese Strategie lässt sich oft bei Ablehnungen beobachten, wenn man statt der direkten Ablehnung den Grund angibt, weshalb man z.B. einer Bitte nicht nachgehen kann.

vollzogen werden („Könntest du vielleicht die Musik ein bisschen leiser drehen?“ anstatt „Mach die Musik leiser!“). Eine weitere Strategie sind die sogenannten hedges, die sowohl zu den positiven als auch zu den negativen Höflichkeitsstrategien gerechnet werden können. Mit *hedges* sind „Heckenausdrücke“ gemeint, die laut Valtl (1986: 145) der Bedeutung einer Äußerung nichts Wesentliches hinzufügen, aber die Äußerung modifizieren (z.B. „Ich glaube, jetzt haben wir genug frische Luft.“ statt „Mach das Fenster zu!“).

Im Folgenden werden die negativen Höflichkeitsstrategien der besseren Übersichtlichkeit halber stichwortartig zusammengefasst (Brown/Levinson 1987: 129- 211):

- (1) konventionelle Indirektheit (s. Beispiele im Fließtext)
- (2) hedges, tag-questions (Bestätigungsfragen, z.B. *Du rauchst nicht, nicht wahr?*)
- (3) Pessimismus (*Du hast morgen keine Zeit, um mir beim Umziehen zu helfen, oder?*⁹⁴)
- (4) Minimalisierung der Beeinträchtigung⁹⁵ (*Dürfte ich mal eben kurz telefonieren? Dürfte ich mal eben kurz Ihren Stift ausleihen?*)
- (5) Ehrerbietung zeigen (diese Strategie bezieht sich auf Personen mit einem höheren sozialen Status, auf ältere Personen u.a.)
- (6) Entschuldigungen und Überleitungen (*Entschuldige, dass ich dich störe, aber ... / Ich weiß, dass du keine Zeit hast, aber ...*)
- (7) Impersonalisierungen (z.B. Vermeiden der Personalpronomen *ich* und *du/Sie* durch den Einsatz unpersönlicher Ausdrücke)
- (8) Verweis auf eine allgemeine Regel (*Fluggäste werden gebeten, auf ihr Gepäck zu achten.*)
- (9) Nominalisierungen (Die Handlung, von der die Bedrohung ausgeht, wird mit einem Substantiv bezeichnet: *Es handelt sich um ein Versäumnis Ihrerseits.*) (Valtl 1986: 163).
- (10) Vorgeben, eine Verpflichtung gegenüber H einzugehen oder H von einer solchen freizusprechen (für Bitten: *Ich werde dir ewig dankbar sein, wenn du das für mich tust.*)

Brown/Levinson (1987) listen weitere 15 Strategien auf, die der *off-record*-Strategie untergeordnet sind. Da das grundlegende Prinzip dieser Strategie die Indirektheit ist, handelt es sich hier um eine Reihe indirekter Ausdrucksweisen wie Hinweise, Metaphern, Tautologien, Anspielungen, Generalisierungen, Ironie, rhetorische Fragen usw., die alle gegen die Konversationsmaximen von Grice verstoßen.

⁹⁴ Das Beispiel wurde von Valtl (1986: 150) übernommen und leicht modifiziert.

⁹⁵ Diese Strategie wird meist bei kleineren Gefälligkeiten bzw. Bitten angewendet.

Sowohl die positiven als auch die negativen Höflichkeitsstrategien variieren von Kultur zu Kultur und sind lange nicht so universell wie von Brown/Levinson (1987) angenommen. Als Kritikpunkt ist außerdem die Tatsache zu erwähnen, dass für die Bestimmung der einzelnen Strategien verschiedene Kriterien (sowohl funktionale als auch formale) herangezogen worden sind und somit eine einheitliche Klassifikation nicht gegeben ist.⁹⁶ Die obengenannten Strategien stellen also eine Zusammenstellung dar, die sowohl aus sprachlichen Formen als auch aus Handlungsstrategien besteht. Für die englische Kultur mögen die Strategien zur Beschreibung von Höflichkeit relevant sein, für andere Kulturen seien sie mit Vorsicht als Beschreibungsinstrumente zu benutzen (Bublitz 2009: 230). Zudem ist die Liste mit den Höflichkeitsstrategien lange nicht vollständig, wie von Valtl (1986) angemerkt, da z.B. wichtige Strategien wie die des Dankes oder der guten Wünsche fehlen.

Welche Relevanz die in den vorausgehenden Kapiteln dargestellten Höflichkeitsansätze für die Interpretation der Ergebnisse haben, wird ausführlicher in Kapitel 5 erläutert.

⁹⁶ Valtl (1986: 56ff.) macht in seiner Arbeit ebenfalls auf die Unvollständigkeit der Taxonomie von Brown/Levinson aufmerksam.

4. Komplimenterwiderungen

Das Interesse an Komplimenterwiderungen in der Forschungsliteratur wurde mit dem Aufsatz von Pomerantz (1978)⁹⁷ geweckt und trug dazu bei, dass Komplimenterwiderungen zum oft bevorzugten Gegenstand vieler kontrastiver Arbeiten wurden (Herbert/Straight 1989; Chen 1993; Nelson/Al-Batal/Echols 1996; Spencer-Oatey/Ng/Dong 2000; Lorenzo-Dus 2001; Nixdorf 2002; Metzger 2004; Mulo Farenkia 2004; Golato 2002, 2005; Mironovschi 2009; Werthwein 2009). Außer mit der kontrastiven Analyse der verbalen Komplimentreaktionen und der Frage nach ihrer Vorkommenshäufigkeit in den untersuchten Sprachen beschäftigen sich einige dieser Autoren z.B. mit der Lernaltersprachenpragmatik (Nixdorf 2002). Andere Untersuchungen zu Komplimenterwiderungen hingegen setzen ihren Schwerpunkt auf die geschlechtsspezifischen Besonderheiten bei ihrer Realisierung (Holmes 1988; Herbert 1990; Rees-Miller 2011).

Für das Sprachenpaar Deutsch – Bulgarisch ist bis dato keine kontrastive Untersuchung der Komplimenterwiderungen bekannt. Yakimova (2009) widmet zwar ein Kapitel ihrer Dissertation „Compliments in Bulgarian“ den Komplimenterwiderungen, setzt sich aber hauptsächlich mit den Komplimenten im Bulgarischen auseinander. Für das Bulgarische sind im Zusammenhang mit Komplimenterwiderungen noch die beiden Artikel von Stoyanova (2006) und Slavianova (2011) zu nennen. Stoyanova befasst sich in einem Kapitel ihres Artikels sehr knapp mit der kontrastiven Analyse der Komplimentantworten im Englischen, Polnischen und Bulgarischen, indem sie sich für das Bulgarische auf Daten aus ihrer eigenen Feldforschung bezieht, sich für das Englische und das Polnische jedoch der Ergebnisse aus früheren Forschungsarbeiten zu Komplimenterwiderungen bedient. Slavianova vergleicht in ihrem kurzen Artikel Komplimente im gegenwärtigen Bulgarischen und im Englischen, wobei die englischen Beispiele ebenso aus anderen Untersuchungen herangezogen werden. Im Folgenden werden die für diese Arbeit relevanten Forschungsergebnisse über Komplimenterwiderungen zusammenfassend dargestellt.

⁹⁷ Auf den erwähnten Aufsatz wird später im Kapitel Bezug genommen.

4.1 Frühere Untersuchungen zu Komplimenterwiderungen

In einer Darstellung der Forschungsliteratur über Komplimenterwiderungen darf die Arbeit von **Pomerantz (1978)**⁹⁸ über Komplimente und Reaktionen auf Komplimente mit Sicherheit nicht fehlen, zumal sie eine erste Klassifizierung der Komplimenterwiderungen vornimmt, die die weiteren Untersuchungen auf diesem Gebiet geprägt hat. Die Autorin befasst sich mit dem ständigen Dilemma des Komplimentempfängers: einerseits das Kompliment aus Höflichkeit anzunehmen, wobei man Gefahr läuft, eitel und sogar arrogant zu wirken, und andererseits Selbstlob zu vermeiden. Eine angemessene Reaktion auf ein Kompliment scheint laut Pomerantz die Wahl einer Strategie zu sein, die zwischen diesen beiden Möglichkeiten liegt (Pomerantz 1978: 81f.). Die Arbeit von Pomerantz erweist sich zwar als hilfreich in Bezug auf die Beschreibung der Komplimenterwiderungen, allerdings bemängelt Holmes (1986: 495) das Fehlen quantitativer Daten über die einzelnen Typen von Komplimenterwiderungen („Though she provides many extended examples of different types of compliment exchanges in her discussion, the precise proportion of each type of response is not given.“) (vgl. dazu auch Nelson et al. 1996: 414) und sie bleibt somit weitgehend theoretisch.

In den Bereich der Komplimentforschung sind auch die Arbeiten von **Herbert (1986, 1989)** einzuordnen. In diesen liefert der Autor nicht nur ein theoretisch ausgearbeitetes Klassifizierungssystem⁹⁹, sondern belegt die zwölf von ihm vorgeschlagenen Antworttypen mit empirischen Daten, um so Aussagen über die Vorkommenshäufigkeit der verschiedenen Kompliment-Antworttypen liefern zu können. Seine Studien basieren auf einem Korpus von 1062 Komplimenterwiderungen, die im Zeitraum von 1980 bis 1983 unter Studenten der Linguistik und Anthropologie an der State University of New York at Binghamton gesammelt wurden. Herbert (1986) kommt zu dem Ergebnis, dass trotz der verbreiteten Ansicht, man würde auf ein Kompliment mit „Thank you“ antworten, nur 36,35% der gewonnenen Komplimenterwiderungen den Antworttypen *appreciation token*¹⁰⁰ und *comment acceptance* zugeordnet werden konnten. Mit fast gleichen Zahlen zeichnen sich die Kategorien unter *nonagreement* aus – 34,08% (zusammen mit *request interpretation*). Diese Ergebnisse widerlegen die vorherrschende Meinung, dass man sich für ein Kompliment üblicherweise bedankt bzw. das Kompliment annimmt, da die Prozentsumme aller Kategorien (*appreciation*

⁹⁸ Eine ausführliche Darstellung der Klassifikation von Pomerantz (1978) erfolgt in Kapitel 4.3.1.

⁹⁹ Eine ausführliche Darstellung der Klassifikation erfolgt in Kapitel 4.3.2.

¹⁰⁰ Auf eine Erklärung der einzelnen Komplimenterwiderungstypen von Herbert wird hier verzichtet, da diese in Kapitel 4.3.2 näher erläutert werden.

token und *comment acceptance* ausgeschlossen) – 63,65% – zeigt, dass sich die Sprecher doppelt so oft für eine andere Reaktion entscheiden als für *acceptance* (ebd.: 80). Zwei weiteren Fragen geht der Forscher in seinem Artikel nach: 1) Sind Studentengruppen repräsentativ für die Gesellschaft, aus der sie gezogen wurden? und 2) Verhalten sich nicht-amerikanische Sprecher des Englischen ähnlich? In Bezug auf die erste Frage begründet Herbert, dass dieselben Antworttypen bei Beobachtungen unter Nicht-Studenten ebenfalls belegt werden konnten und sich Reaktionen auf Komplimente von Studenten, im Unterschied zu anderen Sprachphänomenen (z.B. Slang), nicht hervorzuheben scheinen. Was die zweite Frage betrifft, kommt Herbert zu der Schlussfolgerung, dass „the pattern reported here may be uniquely American“ (ebd.: 81) und dass sich die Varietäten des Englischen nicht nur in Phonologie, Syntax und Wortschatz, sondern auch in Pragmatik unterscheiden, also in der Art und Weise, wie Sprecher das linguistische Repertoire benutzen, das ihnen zur Verfügung steht (vgl. ebd.).

In zwei darauffolgenden Untersuchungen von **Herbert** (1989) und **Herbert/Straight** (1989) werden die Komplimentantworten von Englisch sprechenden Amerikanern mit denen von Englisch sprechenden Südafrikanern verglichen, indem derselbe Korpus an amerikanischen Komplimentantworten verwendet wird wie in der Studie von Herbert (1986).¹⁰¹ Es ist anzumerken, dass auch im südafrikanischen Korpus alle Kategorien (bis auf *disagreement*) repräsentiert sind. Die auffallendste Besonderheit im südafrikanischen Korpus ist die hohe Anzahl der Komplimentantworten, die unter der Kategorie *acceptance* einzuordnen sind – 76%, doppelt so viel wie im amerikanischen Korpus; dahingegen sind die Antworttypen unter *nonagreement* bei den Südafrikanern weniger als 11%, im Vergleich zu 28% derselben Kategorie bei den Amerikanern. Ebenfalls starke Differenzen liefert die Kategorie *no acknowledgement*, die bei den südafrikanischen Probanden mit 0,2% vertreten ist, während bei den amerikanischen hingegen eine hohe Frequenz verzeichnet worden ist – 5,08%. Zusammenfassend stellt der Autor fest, dass Südafrikaner weniger Komplimente als Amerikaner machen, dafür aber mehr annehmen. Die Ursache mag laut Herbert (1989: 21) darin liegen, dass es im Südafrikanischen Englisch eine stärkere Normierung gibt, die das verbale Beantworten von Komplimenten bestimmt. Zudem ist das südafrikanische Komplimentverhalten sprecherorientiert („Don’t offer (many) compliments“), wohingegen das amerikanische Komplimentverhalten hörerorientiert ist („Don’t accept (many) compliments“). Interessant sind die südafrikanischen Kommentare in Bezug auf das Komplimentverhalten der

¹⁰¹ Da die Ergebnisse der beiden Artikel identisch sind, wird hier nur auf die südafrikanischen Komplimentantworten Bezug genommen.

Amerikaner, die der Autor verzeichnet hat, nämlich die offensichtliche Freude der Amerikaner beim Komplimente-Machen, wohingegen die südafrikanischen Datensammler eher Schwierigkeiten hatten, eine für ein Kompliment geeignete Situation zu finden (vgl. ebd.: 22). Sowohl die Struktur der Komplimente als auch die Komplimentthemen¹⁰² sind in den beiden untersuchten Sprachgemeinschaften identisch.

Chen (1993) untersucht den Gebrauch von Höflichkeitsstrategien bei Komplimenterwiderungen im US-Englischen und im Chinesischen. Als Instrument für die Gewinnung seiner Ergebnisse benutzt er einen offenen Discourse Completion Test (DCT) mit vier Situationen, die Komplimente über Aussehen, Kleidung, Leistung und Besitz beinhalten (vgl. Chen 1993: 51). In seiner Studie, die er unter insgesamt 100 Studenten¹⁰³ durchgeführt hat, kommt Chen zu dem Ergebnis, dass amerikanische Sprecher des Englischen (AES) im Großen und Ganzen zehn Strategien benutzen, um auf ein Kompliment zu antworten, und diese Strategien von Leechs Zustimmungsmaxime beeinflusst sind, während sich chinesische Sprecher (CS) nur fünf Strategien bedienen, die sich eher durch die Bescheidenheitsmaxime von Leech charakterisieren lassen. Sowohl das Höflichkeitsmodell von Brown/Levinson (1987) als auch das von Gu (1990) erweisen sich auf Grund der kulturellen Differenzen zwischen den beiden Sprachgemeinschaften als ungeeignet für die Interpretation aller Ergebnisse. Chen stellt fest, dass während sich die Ergebnisse der amerikanischen Probanden besser mit dem Modell von Brown/Levinson interpretieren lassen, die der chinesischen Probanden eher mit Gu's Modell zu deuten sind. Aus diesem Grund zieht der Autor Leechs Maximen für die Analyse seiner Ergebnisse heran. Die zehn Strategien, die von den amerikanischen Studenten benutzt wurden, teilt Chen in vier Superstrategien ein, die von den chinesischen Studenten hingegen in drei. Aufgrund dieser Einteilung kommt der Autor zu dem Ergebnis, dass amerikanische Sprecher des Englischen Komplimente eher annehmen (39%), chinesische Sprecher dagegen Komplimente in den meisten Fällen ablehnen (95,73%). Die Ergebnisse von Chen (1993) über die amerikanischen Probanden zeigen Parallelen mit denen von Herbert (1989) auf, die chinesischen dagegen haben kaum Ähnlichkeiten weder mit den Ergebnissen von Holmes (1999) noch mit denen von Herbert (1986, 1989).

Nelson/Al-Batal/Echols (1996) beschäftigen sich mit den Gemeinsamkeiten und Unterschieden im Komplimenterwiderungsverhalten von Syrern und Amerikanern. Als

¹⁰² Komplimente wurden vor allem über das äußere Erscheinungsbild geäußert (vgl. Herbert 1989: 22).

¹⁰³ 50 amerikanische Studenten des Missouri Valley College und 50 chinesische Studenten der Xi'an Foreign Languages University in China.

Datenerhebungsinstrument setzen die Autoren Interviews ein und kommen zu dem Ergebnis, dass in beiden Sprachgemeinschaften Komplimente entweder angenommen werden oder ihnen ausgewichen wird und das dem Kompliment Ausweichen durch Abschwächung seiner Kraft geschieht. Darüber hinaus sind es die Syrer, die mehr Komplimente (67%) als die Amerikaner (50%) annehmen. Die von den Amerikanern bevorzugte Annahmestrategie in dem Korpus ist *Appreciation token* (29%), wohingegen die Syrier die Strategie *Acceptance + Formula*¹⁰⁴ (40%) verwenden. Was die Ablehnungen betrifft, so werden sie von den Syrern überhaupt nicht eingesetzt und von den Amerikanern sehr selten.

Die Arbeit von **Nixdorf** (2002) stellt einen kontrastiven Vergleich der Komplimenterwiderungen sowie der Ablehnungen eines Angebots im Deutschen, Russischen und Englischen dar. Die Daten wurden mittels drei schriftlicher Methoden (Diskursergänzungsfragebogen, Rating Skala und Auswahlantworten) von je 50 Probanden pro Sprache¹⁰⁵ erhoben. Der Diskursergänzungsfragebogen diente dazu, die Produktion von Komplimenterwiderungen (von Muttersprachlern und Nichtmuttersprachlern) zu untersuchen, während die beiden anderen Methoden für die Evaluierung der Angemessenheit dieser Sprechakte in Bezug auf die untersuchte Situation herangezogen wurden (vgl. Nixdorf 2002). Die Autorin kommt zu dem Ergebnis, dass sowohl deutsche als auch russische Probanden Komplimente annehmen. Während man sich aber im Deutschen bedankt, wenn man das Kompliment annimmt, kommt im Russischen die Strategie „zustimmen“¹⁰⁶ am häufigsten zum Einsatz. Im Kompromissbereich ist die Vorkommenshäufigkeit der eingesetzten Strategien in den untersuchten Sprachen sehr ähnlich. Schließlich fasst Nixdorf zusammen, dass die deutsche Sprache hinsichtlich der Distribution der Höflichkeitsstrategien eine mittlere Position zwischen dem Russischen und dem Englischen einnimmt und dass im Russischen die Zustimmungsmaxime eine größere Bedeutung als im Deutschen hat (vgl. Nixdorf 2002: 84). Ein gravierender Unterschied zwischen den untersuchten Sprachen wird nicht verzeichnet. Die Begründung dafür findet die Verfasserin in den fehlenden Unterschieden in der *face*-Auffassung der drei Kulturen (ebd.: 159). In Bezug auf die geschlechtsspezifischen Unterschiede stellt Nixdorf fest, dass die Strategie „sich freuen“ eher von den weiblichen Probanden eingesetzt wird, wohingegen „scherzen“ eher mit den männlichen Probanden in Zusammenhang gebracht werden kann.

¹⁰⁴ Damit bezeichnen die Autoren eine Art ritualisierte Ausdrücke, die hauptsächlich eine soziale Funktion erfüllen (Nelson/Al-Batal/Echols 1996: 425).

¹⁰⁵ Es handelt sich bei den Probanden um Muttersprachler und Nichtmuttersprachler der untersuchten Sprachen.

¹⁰⁶ In diesem Abschnitt wird für die Strategien die Schreibweise von Nixdorf (2002) verwendet.

Einen weiteren kontrastiven Vergleich stellt die Arbeit von **Mulo Farenkia** (2004) dar, die sich mit der Beschreibung der Realisierungsmuster von Komplimenten und Komplimenterwiderungen im Deutschen und Kamerunischen¹⁰⁷ befasst. Anhand eines schriftlichen Fragebogens (offener Diskursergänzungsfragebogen mit sieben Situationen) wird der Datenkorpus von insgesamt 163 Probanden erstellt (118 Kameruner und 45 Deutsche) (vgl. Mulo Farenkia 2004: 25). Mulo Farenkia stellt große Unterschiede in der Realisierung von Komplimenterwiderungen in den beiden Sprachen fest. Die Annahme des Kompliments mit einem Dank erweist sich als die häufigste Strategie bei Komplimenterwiderungen sowohl in Kamerun als auch in Deutschland. Im Unterschied zu den Komplimenterwiderungen im deutschen Sprachraum, die eher konventionell sind und knapp ausfallen, zeichnen sich jene im kamerunischen Sprachraum durch die Länge der Äußerungen und die Kombination unterschiedlicher Reaktionsmuster aus (vgl. Mulo Farenkia 2004: 130). Die Länge der Äußerungen im Kamerunischen erklärt der Autor mit der Tatsache, dass man mit der Komplimenterwiderung eine intensive soziale Interaktion anstrebt. Während das Klassifizierungssystem für die deutschen Komplimenterwiderungen aus sechs Realisierungsmustern besteht, verfügt das kamerunische Klassifizierungssystem über elf verbale Reaktionen (non-verbale Reaktionen wie Lächeln ausgenommen). Die für den deutschen bzw. westlichen Sprachraum eher tabuisierte Strategie des Eigenlobs bei den Komplimenterwiderungen gilt im Kamerunischen „als positive Beziehungsstrategie unter miteinander Vertrauten“ (ebd.). Was die Äußerungsform betrifft, ist für die deutschen Komplimenterwiderungen ein „Mangel an Originalität“ (ebd.: 131) und Formelhaftigkeit zu verzeichnen, im Gegensatz zu den kamerunischen Komplimenterwiderungen, die sich durch Kreativität (Gebrauch von Metaphern, Anspielungen oder Vergleichen) und Komplexität auf der lexikalisch-semantischen Ebene auszeichnen.

Spencer-Oatey/Ng/Dong (2000) untersuchen in ihrer vorläufigen Studie Komplimentantworten im britischen Englisch und im Chinesischen¹⁰⁸. Die Autoren befassen sich mit zwei Fragestellungen: 1) Wie werden Menschen bewertet, wenn sie Komplimente annehmen? (Gelten sie eher als eingebildet, wenn sie dem Komplimentgeber explizit zustimmen oder wenn sie sich für das Kompliment bedanken? Werden sie als angemessen ehrlich eingeschätzt?¹⁰⁹) und 2) Wie werden Menschen bewertet, wenn sie eine Ablehnungsstrategie verwenden? (Werden sie als unaufrichtig und falsch bescheiden oder als

¹⁰⁷ Mit Kamerunisch ist Kamerunisches Französisch gemeint.

¹⁰⁸ Ihre chinesischen Probanden sind Chinesen vom Festland und Hong Kong-Chinesen.

¹⁰⁹ Damit ist die Beurteilung der Ehrlichkeit der Zustimmung- bzw. Dankesäußerung gemeint.

angemessen bescheiden bewertet?). Das Ziel der Studie ist ebenfalls herauszufinden, ob es kulturelle Unterschiede in der Bewertung solcher Antworten seitens der Briten und der Chinesen gibt. Als Methode wurden fünf Szenarien eingesetzt, mit Variation der sozialen Variablen *Power* und *Distance*. Die Szenarien enthielten ein Kompliment (für die/das gut gemachte Prüfung, Präsentation, Abendessen etc.) und jeweils fünf unterschiedliche Antworten: zwei Annahmen, zwei Ablehnungen und eine Ablenkung (*deflection*). Für die Annahme-Antworten wurden die Strategien des Dankens und der Zustimmung ausgewählt, für die Ablehnung die typisch chinesische Erwiderung „Du schmeichelst mir“ („You’re flattering me“) und eine explizite Ablehnung („I did badly“). Die Probanden mussten in einer 5-stufigen Likert-Skala die Angemessenheit der Antworten bestimmen. Der Fragebogen wurde von 172 Briten, 168 Chinesen vom Festland und 158 Hong Kong-Chinesen ausgefüllt. Sowohl die Annahme des Kompliments mit einem Dank als auch die Zustimmung zum Kompliment wurden für angemessen gehalten und diese Antworten wurden nicht als „eingebildet“ eingestuft. Die Analyse hat ebenfalls gezeigt, dass die Nationalität keine Rolle bei der Bewertung der Dankes-Antworten gespielt hat, wohingegen sich ein größerer Effekt bei der Bewertung der Ablehnungen zeigte. Die Zustimmungsstrategie wird von den Briten häufiger als von den Chinesen als positiv eingestuft. Was die qualitativen Ergebnisse anbelangt, so ist die häufigste Kritikäußerung in Bezug auf „thank you“, dass diese Antwort bedingt durch ihre Kürze „a lack of involvement“ zeigt, und in Bezug auf die Zustimmung, dass sie als zu arrogant und angeberisch empfunden wird. Die Mehrheit der britischen Probanden nehmen Ablehnungen als Mangel an Selbstvertrauen und eher als ein Versuch wahr, weitere Komplimente zu bekommen als als Bescheidenheit, während die chinesischen Probanden übertriebene Bescheidenheit als falsch und unaufrichtig empfinden.

Lorenzo-Dus (2001) vergleicht Komplimentantworten zwischen Sprechern des britischen Englisch und des Spanischen, indem sie als Methode für die Datensammlung ebenso wie Chen (1993) einen DCT verwendet. Die Autorin findet heraus, dass sowohl die Engländer als auch die Spanier humorvoll auf Komplimente reagieren, wobei Englisch Sprechende den Humor mit anderen Strategien kombinieren, wie z.B. *Comment Acceptance*, *History* und *Returning*, während vor allem die männlichen Spanier Ironie einsetzen. Die Hauptdifferenzen zwischen den beiden Probandengruppen liegen einerseits in dem Hinterfragen des Wahrheitswerts des Kompliments seitens des Englisch Sprechenden und andererseits in dem Wunsch nach Wiederholung und Erweiterung des Kompliments, ein Muster, das ganz typisch für die spanischen Probanden ist und sich eher als untypisch für die britischen erweist.

Golato (2002) befasst sich mit den Komplimenterwiderungen im Deutschen. Die Autorin entscheidet sich für die Konversationsanalyse als empirische Methode. Als Datenkorpus werden 25 Stunden Videoaufnahmen und 6 Stunden Telefongespräche verwendet, die innerhalb des engen Familien- und Freundeskreises bei gemeinsamen Aktivitäten (Abendessen, Grillen, Kaffee trinken etc.) aufgezeichnet wurden. Die Verfasserin kommt zu dem Ergebnis, dass Komplimente im Deutschen überwiegend angenommen werden, und zwar nicht mit einem *appreciation token* („Danke“, „Dankeschön“, „Danke sehr“), wie aus den bisherigen Forschungsergebnissen z.B. zum amerikanischen Englisch berichtet, sondern durch Zustimmung mit einem Bestätigungsmarker (z.B. „ja“). Somit widerlegt Golato die Behauptung deutscher Austauschstudenten in den USA, dass sie Komplimente meist ablehnen. Außerdem findet die Verfasserin in ihrem ganzen Datenkorpus keine *appreciation tokens*. Der Vergleich der verwendeten Komplimenterwiderungsstrategien im Deutschen mit solchen aus Untersuchungen zum amerikanischen Englisch zeigte, dass sich Amerikaner und Deutsche derselben Komplimenterwiderungsstrategien bedienen, wobei sich Deutsche durch eine Vielfalt an Annahme- bzw. Zustimmungsantworten auszeichnen.

Tang/Zhang (2009) bestätigen soweit die Ergebnisse von Chen (1993), indem sie feststellen, dass Chinesen lieber einen impliziten Umweg wählen, um auf ein Kompliment zu antworten, wohingegen Australier eher explizite Komplimenterwiderungen bevorzugen. Die Autoren untersuchen die Unterschiede in den Realisierungsmustern der Komplimentantworten im australischen Englisch und im Mandarin-Chinesischen. Als Erhebungsinstrument dient ein offener DCT mit vier Komplimentsituationen mit den aus der Forschung bekanntesten Komplimentthemen: Besitz, äußeres Erscheinungsbild, Fähigkeiten und Charakter. Die Autoren finden heraus, dass beide Gruppen das Annehmen von Komplimenten präferieren und dass das Ablehnen als letzte Antwortstrategie fungiert. Ferner bevorzugen chinesische Probanden die Strategien aus dem Ausweichbereich, wenn sie auf Komplimente über Charakter und Besitz antworten. Das Einsetzen dieser Strategien in Komplimentantworten im Zusammenhang mit dem Komplimentthema „Charakter“ begründen die Autoren mit dem für China typischen Kollektivismus.¹¹⁰ Die australischen Probanden nehmen Komplimente immer an, unabhängig von dem jeweiligen Komplimentthema. Das frequente Einsetzen von kombinierten Strategien

¹¹⁰ In der Situation mit dem Komplimentthema „Charakter“ handelt es sich um das Babysitting für Freunde. Für die Chinesen ist es selbstverständlich, Freunden in Not zu helfen, ohne einen Preis (hier in Form eines Kompliments) dafür zu erwarten. Deshalb werden solche Komplimente weniger angenommen.

seitens der Australier begründen die Autoren mit der größeren Mühe, die sich Australier zu geben scheinen, wenn sie auf Komplimente antworten.

Werthwein (2009) untersucht in ihrer Arbeit anhand von offenen *small talk*-Interviewgesprächen die verbalen Realisierungen von Komplimenterwiderungen im Deutschen und im australischen Englisch. Ihr Korpus umfasst 30 australische und 30 deutsche Gespräche. Die Autorin befasst sich mit den kommunikativ-pragmatischen Funktionen der australischen und der deutschen Komplimenterwiderungen sowie mit der Analyse ihrer syntaktischen und lexikalischen Elemente. Darüber hinaus setzt sie sich mit der Prosodie und ihrer illokutionsindizierenden Funktion auseinander (ebd.: 4). Der Einfluss der sozialen Variablen Geschlecht, Alter, Status und Beziehungsgrad der Interaktanten auf die Komplimentantworten gehört ebenfalls zum Untersuchungsgegenstand der Arbeit. In Bezug auf die Präferenz der verwendeten Strategien bei den Komplimenterwiderungen werden keine bedeutsamen Unterschiede zwischen den beiden Gruppen festgestellt. Die deutschen Probanden nehmen Komplimente im Vergleich zu den australischen Probanden (49,44%) unwesentlich häufiger an (51,5%). Im Gegensatz dazu lehnen die Australier (8,79%) häufiger als die Deutschen (5,82%) Komplimente ab. Die am meisten gewählte Strategie bei den Deutschen ist die zustimmende Bestätigung der Komplimentaussage, die Präferenz der Australier dagegen liegt mit der Erklärungsstrategie im Kompromissbereich. Interessant ist die Tatsache, dass das Gegenkompliment nur in den deutschen Daten auftaucht. Die Autorin stellt eine Übereinstimmung ihrer Ergebnisse mit jenen von Golato (2002) fest. In Bezug auf die syntaktischen Elemente ist eine Präferenz des Exklamativs in den australischen Annahme- und Ablehnungsstrategien zu verzeichnen, im Deutschen hingegen wird die deklarative Satzform bevorzugt. Ferner liefert das von Werthwein gewonnene Datenmaterial einen Beweis dafür, dass die deutsche Sprache im Vergleich zu anderen Sprachen partikelreich ist. Hinsichtlich der Prosodie berichtet die Autorin von einem „unruhig wirkende[n] Tonhöhenverlauf“ in den deutschen Komplimentantworten und einem „gleitende[n] Verlauf“ in den australischen Erwiderungen.

Komplimente und Komplimenterwiderungen im Deutschen und Russischen werden auch von **Mironovschi** (2009) untersucht¹¹¹. Das Dissertationsvorhaben der Autorin verbindet auf unterschiedliche Weise gewonnene empirische Daten aus der Feldforschung, aus mündlichen Umfragen (51 Probanden), aus Internetforen und Chats sowie schriftliche Daten aus Umfragen (über 300 Studierende) und Literaturquellen. Die Analyse der gewonnenen

¹¹¹ Im Folgenden wird nur auf die Komplimenterwiderungen Bezug genommen.

Komplimenterwiderungen erfolgt geschlechterspezifisch anhand eines Fragebogens mit jeweils 22 Komplimentbeispielen für beide Geschlechter. Es stellt sich heraus, dass in beiden Sprachen dieselben Komplimenterwiderungsstrategien verwendet werden: Dank, Frage, Gegenkompliment, Verringern und Weiterleiten des Kompliments etc. (vgl. Mironovschi 2009: 125). Als interessant erweist sich die Tatsache, dass die Komplimentablehnungen eher für das Deutsche typisch sind. Die Erwartungen in Bezug auf die Komplimenterwiderungsarten weisen gewisse Unterschiede auf: Während russische Frauen auf eine Zustimmung Wert legen, erwarten russische Männer eher einen Dank für das von ihnen gemachte Kompliment (vgl. Mironovschi 2009: 128). Für den deutschen Kulturraum ist das Bedanken die bevorzugte Strategie, die jedoch vergleichbar häufig in beiden Kulturen eingesetzt wird. Deutsche Männer wünschen sich häufiger als Frauen ein Gegenkompliment. Im russischen Kulturraum gelten Gegenkomplimente als „unschön“, weil sie die Absicht des Komplimentgebers, etwas Nettes zu sagen, deutlich verringern (ebd.: 129). Insgesamt werden im Russischen Komplimente häufiger als im Deutschen akzeptiert. Ferner ist die Akzeptanz des Kompliments sowohl bei den russischen als auch bei den deutschen Frauen höher als bei den Männern der beiden Gruppen. Was die syntaktischen Konstruktionen der Komplimenterwiderungen betrifft, so erweisen sich diese in beiden Sprachen als ähnlich.

Die Doktorarbeit von **Yakimova** (2009) beschäftigt sich mit den Komplimenten im Bulgarischen und ist somit die einzige Arbeit, die der Verfasserin bis dato für den bulgarischen Sprachraum über Komplimente bekannt ist. Ein Kapitel dieser Arbeit ist den Komplimenterwiderungen gewidmet. Die mit Hilfe von Feldnotizen gesammelten Komplimenterwiderungen klassifiziert die Autorin in einem ersten Schritt nach der Klassifikation von Holmes (1988)¹¹² und teilt diese in fünf Hauptkategorien ein. Auf der Basis von 203 Komplimenterwiderungen kommt Yakimova zu dem Ergebnis, dass Bulgaren zu 57,1% Komplimente annehmen und zwar am häufigsten mit einer Dankesformel oder einem Lächeln. Die große Mehrheit der kombinierten Strategien (10%) enthielt ebenfalls *appreciation tokens* („Danke“). An zweiter Stelle folgt die Ausweichen/Ablenken-Strategie mit 26,6%. Das Ablehnen ist (ausgenommen „andere Interpretationen“) die am wenigsten eingesetzte Hauptstrategie mit 4,4%. Die Verfasserin kommt zu der Schlussfolgerung, dass Komplimente eine aufwertende Funktion haben, also „face-enhancement strategies“ sind und deshalb der Dank eine typische Komplimentantwort ist. Ablehnungen hingegen können laut Yakimova äußerst verletzend sein, folglich sind Menschen abgeneigt, diese zu gebrauchen. In einem weiteren Schritt wird mit Hilfe einer

¹¹² Diese wurde von der Autorin jedoch um zwei weitere Kategorien ergänzt: andere Interpretationen und Kombination von Strategien.

Ratingskala die Angemessenheit von fünf Komplimentantworttypen in fünf verschiedenen Situationen beurteilt. Die Ergebnisse zeigen, dass in allen fünf Situationen „Thank you“ als angemessene Antwort auf die Komplimente angesehen wird und somit Ähnlichkeiten mit den Komplimentantworten im Englischen bestehen. Schlussfolgernd betont die Autorin, dass der bevorzugte zweite Teil beim Austausch von Komplimenten eine Annahme ist, weil es eine Antwort auf die Ausdruckskraft des Kompliments und nicht auf dessen Inhalt sei (Yakimova 2009: 210).

Dem Artikel von **Chen/Yang** (2010) dienen die Ergebnisse von Chen (1993) als Ausgangs- und Vergleichsbasis. In ihrer Quasi-Longitudinalstudie verwenden die Autoren dasselbe Instrument, denselben Forschungsstandort (Xi'an) und eine ähnliche Population, und vergleichen ihre Ergebnisse mit jenen von Chen (1993). Der Ergebnisvergleich mehrerer Studien über das chinesische Komplimenterwiderungsverhalten in dem einführenden Teil zeigt drastische Differenzen, die in den einzelnen Untersuchungen deutlich werden. Trotz der Unterschiede bleibt unbestritten, dass sich chinesische Komplimentantworten mit einer hohen Prozentzahl an Ablehnungen von denen westlicher Kulturen unterscheiden (von 96% bei Chen 1993 bis 15% bei Tang/Zhang 2009) (vgl. Chen/Yang 2010: 1953). Obwohl für das chinesische Komplimenterwiderungsverhalten in vielen nachfolgenden Untersuchungen immer wieder die Dominanz der Bescheidenheitsmaxime von Leech festgestellt wurde, deckt dieser Artikel „drastic changes“ (Chen/Yang 2010: 1951) in der Art und Weise auf, wie Chinesen auf Komplimente reagieren. Diese Veränderungen spiegeln sich in der Tatsache wider, dass chinesische Probanden Komplimente nicht mehr ablehnen, sondern ebenso häufig wie Sprecher westlicher Kulturen annehmen.

Adachi (2011) untersucht in ihrer Arbeit Komplimente und Komplimentantworten unter jungen Japanern. Als Datenerhebungsmethode benutzt die Verfasserin soziolinguistische Interviews sowie Gruppenaufnahmen und klassifiziert die gewonnenen Komplimenterwiderungen nach Holms Typologie, jedoch ergänzt sie diese um zusätzliche Kategorien, indem sie wie Chen/Yang (2010) Kombinationen von Komplimenterwiderungen berücksichtigt. Die Ergebnisse beruhen auf 209 Komplimentantworten und zeigen, dass in der untersuchten Gruppe folgende Strategien zum Einsatz kommen: „Ausweichen“ (51,5%), „Annehmen“ (35%) und „Ablehnen“ (12%). Somit widerlegt die Autorin die in der Forschung verbreitete stereotype Meinung, dass Japaner Komplimente hauptsächlich ablehnen. In ihrem Datenkorpus kommt die Strategie „Ausweichen“ am häufigsten zum Einsatz. Mehr als 40% der Komplimente wurden nicht beantwortet. Adachi (2011: 245) kommt außerdem zu dem Ergebnis, dass weibliche Probanden signifikant häufiger als männliche Komplimente

akzeptieren und dass ein ungleicher Status der Aktanten zur Annahme oder Ablehnung des Kompliments führt, ein gleicher Status hingegen das Einsetzen der Strategie „Ausweichen“ herbeiführt.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Herbert (1986, 1989) und Pomerantz (1978) zu dem Ergebnis kommen, dass Komplimente bei Sprechern der Varietäten des Englischen (des amerikanischen bzw. des südafrikanischen Englisch) trotz der vorherrschenden gesellschaftlichen Meinung nicht mit einem Dank angenommen werden. Viel häufiger entscheiden sich z.B. englische bzw. amerikanische Sprecher für eine andere Antwort aus dem „in-between-ness“-Bereich. Jedoch kann dieses Ergebnis nicht verallgemeinert werden und für jede Englisch sprechende Sprachgemeinschaft gelten, da bei Englisch sprechenden Südafrikanern z.B. eine hohe Annahme von Komplimenten von Herbert/Straight (1989) verzeichnet worden ist. Für den asiatischen Raum schlussfolgert Chen (1993), dass Chinesen einen hohen Wert auf Bescheidenheit legen und folglich Komplimente ablehnen, im Unterschied zu Amerikanern, die eher die Zustimmungsmaxime von Leech (1983) beachten. Von anderen Werten und Vorstellungen in der chinesischen Kultur im Unterschied zu der australischen ist bei Tang/Zhang (2009) die Rede. Die Autoren finden heraus, dass sowohl chinesische als auch australische Probanden Komplimente am häufigsten annehmen, die chinesischen Probanden sich aber trotzdem häufiger Komplimenterwiderungsstrategien aus dem Ausweichbereich bedienen. Dass Bescheidenheit für die asiatische Kultur relevant ist, wird auch bei Adachi (2011) deutlich, die sich in einem Kapitel ihrer Doktorarbeit mit japanischen Antworten auf Komplimente befasst und herausbekommt, dass Japaner Strategien aus dem Ausweichbereich vorziehen. In anderen Arbeiten scheint sich ein Wandel der kulturellen Werte bemerkbar zu machen und dementsprechend kommen andere Ergebnisse heraus. So z.B. in der Studie von Chen/Yang (2010), aus der deutlich wird, dass Komplimente im Chinesischen mit 62,60% angenommen werden und sich somit den westlichen Tendenzen in dem Komplimenterwiderungsverhalten nähern. Spencer-Oatey/Ng/Dong (2000) bestätigen mit ihren Forschungsergebnissen, dass ihre chinesischen und britischen Probanden weder den Dank noch die Zustimmung zum Kompliment als „eingebildet“ oder „unangemessen“ ansehen, Ablehnungen dagegen von den Briten als Mangel an Selbstvertrauen bzw. als „fishing for compliments“ und von den Chinesen als „falsche Bescheidenheit“ interpretiert werden. In der Studie von Nelson/Al-Batal/Echols (1996) nehmen Syrer mehr Komplimente als ihre amerikanischen Pendants an. Nixdorf (2002) findet heraus, dass sowohl deutsche als auch russische Probanden Komplimente am häufigsten annehmen. Während sich deutsche Probanden bei der Komplimentannahme für ein Kompliment bedanken, stimmen russische Probanden dem Kompliment eher zu. Mulo Farenkia (2004) kommt zu dem Ergebnis, dass sich

Deutsche und Kameruner für ein Kompliment am häufigsten bedanken. Zu leicht abweichenden Ergebnissen kommt Golato (2002), die in ihrer Untersuchung feststellt, dass ihre deutschen Probanden Komplimente zwar annehmen, jedoch nicht mit Hilfe einer Dankesformel. Werthwein (2009) bestätigt ebenfalls die hohe Annahme von Komplimenten seitens der Deutschen, jedoch geschieht diese überwiegend durch eine Zustimmung. Bei ihrem Vergleich zwischen den deutschen und den russischen Komplimentantworten kommt Mironovschi (2009) zu dem Ergebnis, dass Ablehnungen eher für das Deutsche typisch sind. Auch in dieser Forschungsarbeit ist der Dank die von den deutschen sowie von den russischen Probanden am häufigsten eingesetzte Strategie. Für bulgarische Komplimenterwiderungen liegen nur die Forschungsergebnisse von Yakimova (2009) vor, die zeigen, dass Bulgaren Komplimente ebenfalls mit einem Dank annehmen.

Die dargestellten Forschungsarbeiten zeigen, dass Sprachen wie z.B. Englisch und Chinesisch in Bezug auf das Komplimenterwiderungsverhalten sehr gut untersucht sind, während Untersuchungen für den slawischen Sprachraum, und im Speziellen für das Bulgarische, eher Rarität sind. Ferner wird aus dem Forschungsstand deutlich, dass je nach Kultur, aber offensichtlich auch je nach Erhebungsinstrument und angewandter Klassifikation, Komplimentantworten variieren können. Für den westlichen, arabischen und osteuropäischen Raum ist die Annahme des Kompliments typisch, für den asiatischen Raum gelten anscheinend andere kulturelle Werte und Vorstellungen, die sich jedoch unter dem erhöhten westlichen Einfluss im Wandel befinden (vgl. Chen/Yang 2010).

4.2 Komplimente und Komplimenterwiderungen

Eine Auseinandersetzung mit dem Gegenstand „Komplimenterwiderungen“ bedarf, im Unterschied zu der Beschäftigung mit Komplimenten, keiner speziellen Definition des Begriffs¹¹³, und zwar aus dem Grund, weil die Identifizierung von Komplimenterwiderungen sich als deutlich einfacher erweist, da sie immer nach einem Kompliment folgen (vgl. Herbert/Straight 1989: 38; Nicolaysen 2007: 62, FN 85). Komplimenterwiderungen sind reaktive Sprechakte und bilden mit dem vorausgehenden Kompliment eine sequenzielle Einheit. In der Forschungsliteratur sind verschiedene Begriffe zu finden, die diese sequenzielle

¹¹³ Nelson et al. (1996: 413) beschreiben Komplimentantworten als sprachliche Zeichen seitens der Komplimentempfänger, dass sie das Kompliment gehört und darauf reagiert haben.

Abhängigkeit beschreiben: „adjacency pair“ (Schlegloff/Sacks 1973: 296)¹¹⁴, „action chain event“ (Pomerantz 1978: 109f.), „interchange“ (Herbert 1986: 83, 1989), „Paarsequenz“ (Meibauer 1999) oder „minimales Handlungsspiel“ (Weigand 2003). Die Begriffe unterscheiden sich jedoch voneinander.¹¹⁵ Zwischen dem initiativen und dem reaktiven Sprechakt der Zweiersequenz besteht eine inhaltliche und laut Weigand (2003) auch eine funktionale Abhängigkeit. Durch das Kompliment wird einerseits ein pragmatischer Anspruch gestellt, die Komplimenterwidmung andererseits hat die Funktion, diesen Anspruch zu erfüllen. Graphisch kann das minimale Handlungsspiel für das Kompliment und die Komplimenterwidmung wie folgt dargestellt werden (Grein 2008: 17):



Abb. 8: Das minimale Handlungsspiel „Kompliment – Komplimenterwidmung“

Der Austausch von Komplimenten gilt in den meisten Sprachgemeinschaften laut Probst (2003: 210) als gängige Höflichkeitsstrategie (vgl. dazu auch Nicolaysen 2007: 2). Bei Brown/Levinson (1987) gehören Komplimente zu den „positiven Höflichkeitsstrategien“ und befriedigen die positiven *face*-Bedürfnisse des Komplimentempfängers. In Kulturen, in denen die negativen *face*-Bedürfnisse stärker in den Vordergrund treten, können Komplimente das Gegenteil bewirken und sich beziehungsstörend auswirken (vgl. Grein 2008: 18). Die beiden grundlegenden Mechanismen der positiven Höflichkeit von Brown/Levinson, die Herstellung von Gemeinsamkeiten zwischen Sprecher und Hörer (*claim common ground*) sowie die Kooperation zwischen den beiden (*convey that S and H are cooperators*) können durch

¹¹⁴ „An *adjacency pair* is a sequence of two adjacent utterances produced by different speakers and ordered so that the first member of a pair requires a second member“ (Grundy 2000: 187).

¹¹⁵ Bei Pomerantz (1978: 82) besteht die Möglichkeit, auf ein Kompliment A_1 mit verschiedenen Antworttypen A_2 zu antworten („B accepts/rejects the compliment“ oder „B agrees/disagrees with the complimentary assertion“), bei Schlegloff/Sacks jedoch nicht (vgl. dazu Duttlinger 1999: 305).

Komplimente realisiert werden, wie bereits anhand der Beispiele zu den einzelnen positiven Höflichkeitsstrategien gezeigt wurde (vgl. hierzu Kap. 3.3).

Wie der obigen Abbildung zu entnehmen ist, wird durch das Kompliment ein den Hörer betreffender Aspekt positiv bewertet. Diese positive Bewertung hat dementsprechend eine positive Auswirkung auf die Beziehung zwischen den Interaktanten, weil sich der Komplimentempfänger dadurch von seinem Gegenüber respektiert und bestätigt fühlt. Ob Komplimente immer aufrichtig sind und somit auch die positive Aufwertung, ist schwer zu beantworten. Gerade bei übertriebenen Komplimenten¹¹⁶ kommt nicht selten der Verdacht auf, dass es sich um Schmeicheleien handeln könnte, vor allem wenn durch das Kompliment etwas mehr als eine einfache Beziehungspflege angestrebt wird (z.B. wenn das Kompliment als strategisches Mittel eingesetzt wird, durch welches man sich irgendeinen Nutzen verspricht o.Ä.). Im deutschen Sprachraum wird dem Wahrheitsgehalt sowohl von Komplimenten¹¹⁷ als auch von Komplimenterwiderungen im Vergleich zum amerikanischen Sprachraum¹¹⁸ eine größere Bedeutung beigemessen (vgl. Golato 2002, 2003). Zu den negativen Charakteristika der Komplimente zählen neben der Unaufrichtigkeit und dem Kalkül noch die Floskelhaftigkeit bzw. die lexikalische und syntaktische Formelhaftigkeit¹¹⁹ und der Mangel an Originalität (vgl. Mulo Farenkia 2004: 131; Nicolaysen 2007: 2; Neuland 2011: 131).

4.2.1 Häufige Komplimentthemen

Aus vorigen Forschungsarbeiten zu Komplimenten (Wolfson 1983: 90; Duttlinger 1999: 220ff.; Probst 2003: 210f.) ist bekannt, dass sich die im Kompliment enthaltene Bewertung meist auf

¹¹⁶ Auch positive und anerkennende Bewertungen unterliegen bestimmten Erwartungen und sollten richtig dosiert werden (vgl. Ayaß 2013: 290).

¹¹⁷ Die von Kotthoff (2003) 1989 durchgeführte kleine Studie ergab, dass deutsche Studierende beim Geben von Komplimenten „das Prinzip der Ehrlichkeit“ (ebd.) höher schätzen und eine „Verbindung von Wahrheit und Höflichkeit“ anstreben, ihre amerikanischen Kommilitonen hingegen das Schwergewicht auf die „Wahrung sozialer Formen“ (ebd.) und den Wunsch, dem Adressaten etwas Anerkennendes zu sagen, legen. Thomas (2011: 209) betont ebenfalls die Wichtigkeit der „sozialen Anerkennung“ bei Komplimenten, die im amerikanischen Kulturraum die Funktion haben, das gute Gefühl des Empfängers zu verstärken sowie „eine gute Stimmung und harmonische Atmosphäre“ zu schaffen.

¹¹⁸ Duttlinger (1999: 159) verweist darauf, dass in der Forschungsliteratur zu Komplimenten im amerikanischen Englisch die „Freizügigkeit im Umgang mit Komplimenten“ häufig thematisiert wird, was ihre Ehrlichkeit in Frage stellt.

¹¹⁹ Es wird hier auf Manes/Wolfson (1981) hingewiesen, die zu dem Ergebnis gekommen sind, dass mehr als 50% der amerikanischen Komplimentäußerungen, die sie empirisch untersucht haben, nach dem gleichen syntaktischen Muster gebildet werden, und zwar *NP is/looks (really) ADJ*.

Äußerlichkeiten (Besitz oder Erscheinungsbild des Adressaten), Leistung¹²⁰, Charaktereigenschaften (Freundlichkeit, Hilfsbereitschaft)¹²¹ etc. bezieht, wobei Neuigkeiten am meisten komplimentiert werden (neue Tasche, neue Frisur, neues Kleid, neues Auto, neues Handy etc.)¹²² (vgl. Probst 2003: 210)¹²³. Dabei wird laut Probst (2003: 213) „eher ein ‚neutrales‘, unverfängliches Thema gewählt, das genauso wie die formelhafte Struktur den phatischen Charakter des Sprechaktes unterstützt. Phatische Gesprächselemente dienen im Allgemeinen als ‚soziale Schmierstoffe‘, die, von der inhaltlichen Ebene aus betrachtet, keine große Bedeutung haben.“ Die Wahl harmloser Komplimentthemen trägt dazu bei, dass mögliche Tabuthemen oder solche, die das *negative face* des Komplimentempfängers verletzen könnten, vermieden werden.

In Bulgarien ist z.B. das Komplimentieren von Besitz üblich und sehr häufig.¹²⁴ In ihrer Doktorarbeit „Compliments in Bulgarian“ belegt Yakimova (2009) durch empirische Daten¹²⁵, dass 64 von 147 (43,5%) Komplimenten über Besitz geäußert wurden, allein 46 davon unter Frauen. An zweiter Stelle kommen Komplimente über das Aussehen (55 von 147 > 37,4%) und an dritter solche über Leistungen (20 von 147 > 13,06%). Holmes (1986) stellt für das neuseeländische Englisch fest, dass in ihren Daten am häufigsten Komplimente über das Aussehen gemacht werden (50,7%), gefolgt von solchen über Leistungen und Fähigkeiten

¹²⁰ Dabei richtet sich das Kompliment laut Manes (1983) eher auf das Ergebnis der Leistung (vgl. dazu auch Probst 2003: 211).

¹²¹ Diese Komplimente gelten laut Grein (2008: 17) als „besonders erfolgreich“ für die Aufwertung des *positive face*.

¹²² Es ist hier anzumerken, dass man in Bulgarien üblicherweise zu neuen Besitztümern, aber auch zu Veränderungen im äußeren Erscheinungsbild (z.B. zu einem neuen Haarschnitt) gratuliert, so wie dies bei konventionalisierten Ereignissen wie Geburtstag, Hochzeit usw. der Fall ist. Das Ausbleiben des Glückwunsches bzw. des Kompliments kann als unaufmerksam und sogar als unhöflich gedeutet werden, weil der Glückwunsch in solchen Fällen erwartet wird. Die Äußerungsform des Glückwunsches ist noch festgelegter als die des Kompliments und eine klare Unterscheidung zwischen beiden ist nicht immer möglich, zumal sie oft kombiniert werden (vgl. dazu auch Probst 2003: 211).

¹²³ Knapp et al. (1984: 17) führen sechs Kategorien von Komplimentthemen aus. Eine ausführliche Darstellung der möglichen Komplimentthemen findet sich bei Nicolaysen (2007: 57ff.).

¹²⁴ Interessant ist, dass „Besitz“ das häufigste Komplimentthema auch im Polnischen ist. Herbert (1991) fand heraus, dass 49% der polnischen Komplimente über Besitz geäußert wurden. Der Autor äußert die Vermutung, dass der Grund dafür der Mangel an materiellen Gütern ist, der zu den Zeiten seiner Feldforschung (1983-1988) während des Kommunismus in Polen sehr spürbar war (vgl. Chen 2010: 83). Möglicherweise ist die hohe Vorkommenshäufigkeit von Besitzkomplimenten im Bulgarischen ebenso ein Überbleibsel aus kommunistischen Zeiten, in denen die Anschaffung materieller Dinge eher selten war.

¹²⁵ Die Daten wurden durch Feldforschung gesammelt und im Speziellen durch „non-elicited overheard conversations“ (Yakimova 2009).

(30,6%), und an dritter Stelle kommen solche über Besitztümer (11,2%). Für das Deutsche findet Golato (2005: 83) heraus, dass 37% aller Komplimente, die unter Familienmitgliedern oder Freunden ausgetauscht werden, Essen und Getränke betreffen¹²⁶, und die restlichen Komplimente im Zusammenhang mit dem Aussehen, mit den Fähigkeiten, mit dem Verhalten oder mit Besitzgegenständen zu tun haben. In einigen Kulturen werden sogar das Einkaufen oder das Tragen von Seidenstoffen als komplementwürdig erachtet („You must have been exhausted from all that shopping.“ / „That tie you’ve got on is pure silk, isn’t it?“ (Manes 1983)).¹²⁷ Yuan (2002) nennt für die chinesische Kultur neben häufigen Komplimentthemen wie Fähigkeiten und Leistungen z.B. auch Kinder (18,36%), ein Komplimentthema, das sonst in anderen Sprachgemeinschaften nicht vorkommt (vgl. Chen 2010: 87). Gao (1984: 33, zit. nach Holmes 1986: 503) fügt noch das Alter als häufiges Komplimentthema im Chinesischen hinzu, da es „experience, long life expectancy and moral virtue“ impliziert.

Das Geschlecht wirkt sich ebenfalls auf die Auswahl von Komplimentthemen aus, wie von Holmes (1988; 1995) berichtet. Während Frauen mehr Komplimente über Aussehen machen und erhalten, wählen Männer Besitz als mögliches Komplimentthema aus, um anderen Männern Komplimente zu machen. Parisi/Wogan (2006: 21), die sich mit geschlechtsspezifischen Komplimentthemen beschäftigen und diese unter amerikanischen Studenten untersuchen, kommen zu dem Ergebnis, dass Männer Frauen über ihr Äußeres komplementieren, Frauen hingegen eher dazu tendieren, Männern Komplimente über Fähigkeiten zu machen, was den sozial verbreiteten Normen entspricht (vgl. dazu auch Holmes 1988: 458). Frauen seien laut Parisi/Wogan (2006) vorsichtig bei männlichen Komplimenten über das Äußere, weil sie Missverständnisse in Bezug auf mögliches Flirten vermeiden wollen. Aber auch untereinander komplementieren sich Frauen über Äußeres und Männer über Fähigkeiten (vgl. ebd.: 25). Interessant ist zudem das Ergebnis der Autoren, dass Komplimente über Aussehen von Männern viermal mehr als von Frauen als Flirt betrachtet werden, wenn es sich um Komplimente an das Gegengeschlecht handelt.

¹²⁶ Dieses Komplimentthema resultiert vermutlich daraus, dass die Autorin authentische Gespräche aufgenommen hat, die beim Abendessen, Grillen, Beisammensein, Kartenspielen oder Kaffeetrinken im Familien- oder Freundeskreis stattgefunden haben (vgl. Golato 2005: 25).

¹²⁷ Es handelt sich um Indonesien und Japan. Die Beispiele stammen von Herbert/Straight (1989: 37).

4.2.2 Funktionen von Komplimenten und Komplimenterwiderungen

Sowohl Komplimente als auch Komplimenterwiderungen erfüllen bestimmte Funktionen. Duttlinger (1999: 121) bezeichnet Komplimente als multifunktional¹²⁸, weil sie einerseits je nach Äußerung unterschiedliche Funktionen erfüllen können und andererseits auch ein bestimmtes Kompliment mehrere Funktionen erfüllen kann. Laut Holmes (1988: 462) besteht die offensichtlichste Funktion von Komplimenten darin, „to oil the social wheels, paying attention to positive face wants and thus increasing or consolidating solidarity between people“. Für Herbert (1986: 76) sind Komplimente „expressions of good will“ und sind dafür da „to make one feel good“ (ebd.: 77) oder dienen dazu, in einer Interaktion „das Eis zu brechen“ (Herbert 1989: 25). Manes/Wolfson (1981: 130) führen diesbezüglich aus, dass „[t]he major function of complimenting is to create or reinforce solidarity by expressing appreciation or approval“ (vgl. auch ebd.: 124). Nicht umsonst werden sie in Opposition zu *face threatening acts* als *face flattering acts* sowie als *face enhancing acts* (vgl. Holmes 1988) oder als „social lubricants“ bezeichnet (Wolfson 1983: 86), weil sie das Ziel verfolgen, dem Komplimentempfänger ein positives Gefühl der Bestätigung, der Wertschätzung oder sogar der Motivation zu vermitteln (vgl. Rolf 1997: 230).

Grein (2008: 18) unterscheidet drei Funktionen von Komplimenten bzw. eine primäre Funktion und zwei Folgefunktionen¹²⁹. Die primäre Funktion bezieht sich auf die Aufwertung des *positive face* des Komplimentempfängers¹³⁰ (vgl. hierzu auch Holmes 1995: 121), durch die er sich bestätigt und respektiert fühlt. Als Folgefunktionen fungieren in Anlehnung an Brown/Levinson (1987) die Herstellung von Gemeinsamkeiten zwischen den Kommunikationspartnern und das Schaffen „eines Solidaritäts- und Verbundenheitsgefühls“¹³¹ (Grein 2008: 18; vgl. auch Probst 2003: 212). Schreibt man Komplimenten eine solidaritätsherstellende bzw. solidaritätsunterstützende Funktion zu, so können auch ihre Antworten als „Versuch begriffen

¹²⁸ Zu den Funktionen von Komplimenten vgl. Duttlinger (1999: 122ff.) und Holmes (2011: 74).

¹²⁹ Die Autorin weist darauf hin, dass die drei Funktionen miteinander interagieren, sodass man eher von einer Funktion und den sich daraus ergebenden Resultaten sprechen kann (vgl. Grein 2008: 18).

¹³⁰ Komplimente können aber auch gesichtsbedrohend sein, wenn sich der Komplimentempfänger durch das Kompliment eingeschränkt fühlt oder genötigt sieht, das Kompliment zu erwidern.

¹³¹ Auf die soziale Funktion von Komplimenten wird bereits bei Manes/Wolfson (1981: 123ff.) verwiesen: „What is a person doing when he offers a compliment? The immediate answer is that he is starting a favourable judgement or opinion, saying something nice to another individual: In doing so, the speaker expresses commonality of taste or interest with the addressee, thus reinforcing and/or creating of solidarity appears to be a basic function of compliments in our society“. Duttlinger (1999: 123) spricht in diesem Zusammenhang von Komplimenten zur „Herstellung oder zum Erhalt von Solidarität“.

werden, Solidarität zu bekunden bzw. zu erwidern“ (Duttlinger 1999: 312). Somit überschneidet sich die Funktion der Komplimenterwiderungen mit der Funktion der Komplimente¹³²: „to increase or consolidate the solidarity between the speaker and the addressee“ (Holmes 1986: 486). Durch die Komplimenterwiderung versucht der Komplimentempfänger, die Beziehung zum Komplimentgeber nicht zu gefährden, und zeigt seine Bereitschaft, diese weiterzupflegen. Dass Komplimenterwiderungen einfach als Freude und/oder Dank für die durch das Kompliment geäußerte positive Bewertung gesehen werden, dürfte ebenfalls zu ihren Funktionen gezählt werden. Schließlich ist noch ihre Besonderheit zu erwähnen, dass sie kulturell geprägt sind und den in der entsprechenden Kultur vorherrschenden Normen und Werten unterliegen bzw. diese zum Ausdruck bringen. Ob man sich bei einem Kompliment bedankt, weil es einem bereits im Kindesalter so von den Eltern beigebracht wurde¹³³ („Was muss Du jetzt sagen?“; „Wie lautet das Zauberwort?“/„Say ,thank you““; „Now what do you say?“)¹³⁴ (vgl. Herbert 1986: 77), oder das Komplimentobjekt dem Komplimentgeber anbietet¹³⁵, weil man das Kompliment als indirekte Bitte interpretiert hat, hängt mit den Normen und Werten der entsprechenden Kultur zusammen.

4.2.3 Komplimenterwiderungstypen

Komplimenterwiderungen stellen eine erwartete verbale oder nonverbale Reaktion des Hörers auf die im Kompliment erhaltene Bewertung dar. Folgende Realisierungen dieses reaktiven Sprechakts sind laut Grein (2008: 28) möglich¹³⁶:

- Annahme des Kompliments
- Ablehnen des Kompliments
- Ignorieren des Kompliments¹³⁷

¹³² Ein und dieselbe Funktion für Komplimente und Komplimenterwiderungen wird auch von Herbert (1986: 82; Herbert 1990: 211) angenommen: „[I]f the function of a compliment is, [...] to make the hearer feel good, the function of a response may be the same.“

¹³³ Manes/Wolfson (1981: 127) weisen auch darauf hin, dass die ersten Wörter, die englischsprachige Kinder in ihrem Sozialisationsprozess lernen, „bye-bye“ und „thank you“ sind.

¹³⁴ Diese Tatsache ist jedoch nicht nur für die deutsche und amerikanische Kultur üblich, sondern auch für die bulgarische.

¹³⁵ Diese Reaktion auf Komplimente wurde für syrische Komplimentantworten von Nelson/Al-Batal/Echols (1996) empirisch belegt.

¹³⁶ Im Folgenden beziehe ich mich auf die Ausführungen von Grein (2008).

Die Annahme des Kompliments kann verbal durch Dankesformeln („Danke!“, „Danke schön/sehr!“, „Vielen Dank!“)¹³⁸ oder nonverbal (z.B. mit einem Lächeln) erfolgen. Oft wird die Annahme durch einen Kommentar begleitet, der dem Kompliment zustimmt („Schön, dass es dir auch gefällt.“) oder dieses abschwächt („Ach, das ist nur ein altes Kleid.“).¹³⁹ Eine indirekte Annahme des Kompliments kann durch ein Gegenkompliment¹⁴⁰ geschehen („Du siehst aber auch toll aus.“). Bei der Weiterleitung des Kompliments an eine andere Person („Die Tasche hat mir meine Schwester zum Geburtstag geschenkt.“) ist es nicht eindeutig, ob der Komplimentempfänger durch seine Aussage das Kompliment annimmt oder eher ablehnt, deshalb wird es meist in den mittleren Bereich zwischen Annahme und Ablehnung eingeordnet. Geht diese Aussage aus einer eindeutigen Annahme hervor (wie z.B. „Danke“), kann die Erwiderung dem Annahme-Bereich zugeordnet werden. Die Weiterleitung des Kompliments an eine dritte Person kann ebenfalls als Demonstration von Bescheidenheit aufgefasst werden (vgl. Mulo Farenkia 2004: 109). Eine eindeutige Zuordnung fehlt auch bei Nachfragen („Meinst du das wirklich?“), die einerseits die Unsicherheit des Komplimentempfängers zum Ausdruck bringen, andererseits aber eine Wiederholung des Kompliments zum Ziel haben könnten.

Die Ablehnung oder das Zurückweisen eines Kompliments kann sowohl direkt erfolgen („Ich finde den Rock scheußlich.“)¹⁴¹ als auch durch das Infragestellen der Aussage („Na hübsch ist für den Rock wohl nicht der richtige Ausdruck.“) oder der Ehrlichkeit des Sprechers¹⁴² („Das meinst du doch wohl nicht im Ernst?“) (Grein 2008: 29). Die Ablehnung wird von Mulo Farenkia

¹³⁷ Die Autorin geht jedoch nur auf die Annahme und die Ablehnung des Kompliments ein. Das Ignorieren gehört bei den meisten Autoren, die sich mit Klassifizierung von Komplimentreaktionen beschäftigen, zum „in-between-ness“-Bereich.

¹³⁸ Mulo Farenkia (2004: 92) bezeichnet den Dank als „den idealen Folgezug auf ein Kompliment“, bei Pomerantz (1978: 81) ist von einer „model response“ die Rede. Im Unterschied zu der Annahme des Kompliments mit einem Kommentar wird mit dem Dank die Handlungssequenz beendet, was auch negativ interpretiert werden kann, da es sich als kommunikationsstörend erweisen kann (Syrer z.B. betrachten ein bloßes „Danke“ als „flat and awkward“ (Nelson/Al-Batal/Echols 1996: 429)). Der Kommentar als Komplimentreaktion hingegen eröffnet die Möglichkeit für eine Weiterführung des Gesprächs (vgl. Mulo Farenkia 2004: 94) und wirkt sich positiv auf die Beziehungspflege aus.

¹³⁹ Das Abschwächen bzw. Herunterspielen oder Minimieren der Komplimentäußerung gilt als Demonstration von Bescheidenheit (vgl. Mulo Farenkia 2004: 101) und gleichzeitig als eine Art Lösung, das von Pomerantz (1978) aufgestellte Dilemma zu umgehen.

¹⁴⁰ Beim Gegenkompliment ‚verbleibt‘ laut Duttlinger (1999: 321) „die Anerkennung [...] undiskutiert beim Empfänger“, der seinerseits das gleiche Kompliment macht.

¹⁴¹ Dieses und das folgende Beispiel stammen aus Grein (2008: 29).

¹⁴² Kombiniert mit der entsprechenden Intonation.

(2004: 105) als „eine unkooperative kommunikative Aktivität“ und als „Verweigerung von Solidarität“ bezeichnet. Als Grund für die Ablehnung kann z.B. der Zweifel an der Aufrichtigkeit des Kompliments genannt werden. In einigen Kulturen (wie z.B. in Japan) ist es jedoch üblicher, Komplimente zurückzuweisen (vgl. Mizutani/Mizutani 1987: 43, zit. nach Grein 2007: 14), weil die Zurückweisung des Kompliments mit Bescheidenheit in Verbindung gesetzt wird und mit den geltenden Höflichkeitskonventionen der entsprechenden Sprachgemeinschaft im Zusammenhang steht.

Das Ausbleiben der Komplimenterwiderung durch Ignorieren des Kompliments, vor allem dann, wenn dieses die Funktion der Beziehungspflege hat, ist eher ungewöhnlich. Die Gründe für das Ausbleiben der Komplimenterwiderung können z.B. in der Unsicherheit des Komplimentempfängers liegen, der seinerseits nicht weiß, wie er am besten auf das Kompliment reagieren soll, sowie in schlechter Akustik oder in dem Einsetzen nonverbaler Reaktionen (vgl. Duttlinger 1999: 301). Ein anderer Grund resultiert m.E. daraus, dass die Komplimentäußerung, vor allem wenn sie in die Gesprächseröffnungsphase eingebettet ist und nach einem Gruß bzw. nach der für den *small talk* üblichen Befindlichkeitsfrage erfolgt, zwar ignoriert wird¹⁴³, der Gruß oder die Befindlichkeitsfrage aber erwidert wird.¹⁴⁴

Zusammenfassend kann über Komplimenterwiderungen abgeleitet werden, dass sie einen potentiellen Konflikt zwischen Komplimentannahme und/oder -zustimmung und Vermeiden des Eigenlobs für den Rezipienten des Kompliments darstellen (vgl. Pomerantz 1978: 81f.). Der Sprecher muss durch die Komplimenterwiderung einen Kompromiss eingehen, indem er sich für eine der beiden Möglichkeiten entscheidet („Avoid self praise“ oder „Agree with other“). Die Zustimmung zum Kompliment ist laut der Autorin der bevorzugte Teil, das sogenannte „model behavior“ (Pomerantz 1978: 83), sie impliziert aber gleichzeitig Eigenlob. Das Eigenlob, betrachtet nach der Kosten-Nutzen-Skala von Leech (1983), beinhaltet durch den hohen Nutzen für den Sprecher hohe Kosten für den Hörer und erweist sich als beziehungsstörend, weil es die Bescheidenheits- und Sympathiemaxime verletzt. Durch das Eigenlob signalisiert der Empfänger, dass das Kompliment überflüssig war, weil er sich seiner Vorzüge bewusst ist (vgl. Mulo Farenkia 2004: 11, 100). Die direkte Vermeidung von Eigenlob kann theoretisch nur durch Nichtzustimmung zum Kompliment gewährleistet werden, was aber gleichzeitig einen

¹⁴³ Duttlinger (1999: 360) weist ebenfalls darauf hin, dass das Nebeneinander eines Kompliments und eines anderen Sprechakts eine Reaktion des Sprechpartners „auf den Teil des Redebeitrages, der das Kompliment nicht enthält“, hervorruft.

¹⁴⁴ Dies wird vor allem in den aus Situation 2 gewonnenen Daten ersichtlich (vgl. für Situation 2 Fragebogen im Anhang I).

Verstoß gegen die Bescheidenheits- sowie gegen die Taktmaxime von Leech darstellt. Aus diesem Grund entscheiden sich Komplimentempfänger häufig für Antworten, die im Kompromissbereich der beiden Zwänge liegen (vgl. Werthwein 2009: 53) und ebenso der Forderung nach Selbstlobvermeidung nachgehen. Auf die von Pomerantz (1978) vorgeschlagene Klassifikation der Komplimenterwiderungen wird im folgenden Kapitel eingegangen.

Wie bereits in diesem Kapitel erläutert, bestehen verschiedene Möglichkeiten für den Komplimentempfänger, auf ein Kompliment zu reagieren. Seine Reaktion hängt von der jeweiligen Interpretation des Kompliments ab¹⁴⁵, die durch verschiedene soziale Faktoren beeinflusst werden kann, darunter (gleicher, niedrigerer oder höherer) Status und Alter der Interaktanten, soziale Distanz zwischen den Kommunikationspartnern (Freunde, Bekannte, Fremde, Familienangehörige etc.) sowie Handlungsbedingungen (Kontext) der Situation und sogar die momentane Stimmungslage des Komplimentempfängers. Zudem spielen die in den untersuchten Sprachgemeinschaften vorherrschenden Höflichkeitskonventionen sowie die „kulturelle Prägung“ (Grein 2007: 3) des Individuums eine sehr wichtige Rolle. In unterschiedlichen Kulturen werden Komplimenterwiderungen unterschiedlich realisiert. In asiatischen Kulturen, bedingt durch die Oberhand der Bescheidenheitsmaxime, wurden laut früheren Forschungsstudien Komplimente meist abgelehnt (vgl. Chen 1993). Der Artikel von Chen/Yang (2010) jedoch zeigt eine andere Entwicklung, Komplimente im Chinesischen werden mit 62,60% angenommen. Die Differenzen zwischen den Ergebnissen in den beiden Studien erklären die Autoren mit dem Einfluss westlicher Kulturwerte und den daraus resultierenden Änderungen in der chinesischen Kultur (vgl. Chen/Yang 2010: 1959). Es ist hier ferner anzumerken, dass sich diese Arbeit nur mit den verbalen Reaktionen auf Komplimente befasst, da bedingt durch die schriftliche Datenerhebungsmethode nur diese Antworten erfasst und analysiert werden konnten.

Im folgenden Kapitel werden die in der Forschung verbreitetsten Klassifizierungssysteme für Komplimentantworten dargestellt und deren Stärken und Schwächen analysiert. Die Auseinandersetzung mit den einzelnen Klassifikationen verfolgt das Ziel, die für diese Arbeit geeignetste Klassifikation für die in beiden Sprachgemeinschaften erhobenen Daten auszuwählen.

¹⁴⁵ Die Reaktion des Komplimentempfängers hängt davon ab, ob er das Kompliment als positive Höflichkeitsstrategie aufgenommen hat oder eher als *face threatening act*. Zudem können Komplimente auch ironisch gemeint oder aber auch unerwünscht sein (z.B. in Form von sexuellen Anmachen).

4.3 Klassifizierungssysteme

In der Forschungsliteratur zu Komplimentenwiderungen sind je nach Autor unterschiedliche Klassifizierungssysteme entstanden (Pomerantz 1978; Herbert 1986; Holmes 1988; Chen 1993; Chen/Yang 2010), um die Antworten auf Komplimente analysieren zu können. Diese wurden von anderen Forschern für weitere Arbeiten zu Komplimentenwiderungen verwendet. Gemeinsam sind allen Klassifikationen die zwei Gegenpole Zustimmung und Nichtzustimmung zum Kompliment und der Bereich dazwischen (bei Pomerantz (1978: 92) als „in-between-ness“ bezeichnet). Je nach Klassifikation gehören unterschiedliche Unterstrategien zu jedem der drei Bereiche. Die Klassifizierungssysteme werden meist nach der entsprechenden Kultur angepasst, da für die englische oder amerikanische Kultur andere Kategorien gelten als z.B. für die asiatische. Welche Kategorien in den bulgarischen Daten vertreten sind, wird sich im empirischen Teil dieser Arbeit zeigen. Nixdorf (2002: 34) weist zudem darauf hin, dass auch die Gewichtung der Zustimmung oder Nichtzustimmung kulturell abhängig ist. Diese Tatsache wurde bereits empirisch belegt, z.B. von Chen (1993) und Yu (2003), die die Auffassung vertreten, dass die Komplimentenwiderungen in der amerikanischen Kultur sich eher nach der Zustimmungsmaxime von Leech (1983) richten, in der chinesischen dagegen die Bescheidenheitsmaxime¹⁴⁶ für ihre Realisierung entscheidend ist, wie bereits an anderer Stelle ausgeführt.

4.3.1 Pomerantz (1978)

Wie bereits erwähnt, bezeichnet Pomerantz (1978) Komplimente und Komplimentenwiderungen als *action chains*. In ihrem Artikel stellt sie zwei verschiedene *action chains* dar (ebd.: 82):

Action chain 1)	A ₁ : A compliments B. ¹⁴⁷ A ₂ : B accepts/rejects the compliment.
Action chain 2)	A ₁ : A compliments B. A ₂ : B agrees/disagrees with the complimentary assertion.

Das Kompliment unter der *action chain* 1) hat den Status einer *supportive action*¹⁴⁸ (eine Art verbales Geschenk) und dementsprechend ist laut Pomerantz eine Antwort mit

¹⁴⁶ Es muss hier angemerkt werden, dass auch die Bedeutung von Bescheidenheit von Kultur zu Kultur variieren kann. Behnam/Amizadeh (2011: 67) z.B. weisen auf die unterschiedlichen Konzepte des Wortes „Bescheidenheit“ im Persischen und im Englischen hin.

¹⁴⁷ A stellt den Komplimentgeber dar und B den Komplimentempfänger.

acceptance/rejection angemessen, die sich auf das Kompliment an sich bezieht. Bei der *action chain* 2) ist von *complimentary assertion* die Rede, auf die der Komplimentempfänger mit *agreement/disagreement* antworten kann. In diesem Fall bezieht sich die Antwort auf die Komplimentaussage, auf den Inhalt des Kompliments. Bevorzugte Antworten stellen je nach *action chain acceptance* bzw. *agreement* dar. Als problematisch erweist sich hier, wie auch von Duttlinger (1999: 307, 309) angemerkt, die Beurteilung des Komplimentstatus als *supportive action* oder als *assessment*, da die Äußerungsform die gleiche ist und folglich nur der Empfänger darüber entscheiden darf, „welche der beiden Möglichkeiten er seiner Antwort zugrunde legt“ (Duttlinger 1999: 306). Von Pomerantz selbst wird dies nicht thematisiert. Die positiven Antworten werden mit *appreciation token* (wie z.B. „Danke“) oder durch *agreement* realisiert, wobei diese oft kombiniert werden. Die negativen Antworten werden für beide *action chains* nur durch *disagreement* realisiert. Diese Tatsache lässt die Frage aufkommen, weshalb die strikte Trennung von Pomerantz nötig ist (vgl. Duttlinger 1999: 309). In anderen Klassifikationen, wie z.B. bei Herbert (1986), Chen (1993) oder Chen/Yang (2010), ist diese aufgehoben bzw. wird anders aufgeteilt. Als Erweiterung der beiden *action chains* fügt Pomerantz eine dritte Möglichkeit hinzu, die bereits im vorigen Kapitel besprochen wurde, und zwar *self-praise avoidance*.

A₁: Praise of B

A₂: Agreement/disagreement with praise of self

Eine Idealantwort entsprechend Leechs Bescheidenheitsmaxime stellt in diesem Fall das Nichtzustimmen dar. Vor dem oben dargestellten Dilemma steht jeder Komplimentempfänger, wenn er auf ein Kompliment reagieren, aber gleichzeitig Selbstlob vermeiden sollte. Nicht umsonst gibt es im Deutschen das Sprichwort „Eigenlob stinkt.“ Selbstlob kann sich nämlich störend auf das Gleichgewicht in der Interaktion auswirken (vgl. Ayaß 2013: 290). Die Lösungen für dieses Dilemma, die Pomerantz vorschlägt, liegen im „in between-ness“-Bereich der beiden Alternativen. Mit *praise downgrades* z.B. wird die positive Bewertung abgeschwächt, indem der Komplimentempfänger das Kompliment teilweise akzeptiert und

¹⁴⁸ Darunter zählen Angebote, Einladungen, Geschenke usw. Eine ausführlichere Erklärung des Begriffs wird von Pomerantz (1978) nicht angeboten. Dafür geht Duttlinger (1999: 306) näher darauf ein, indem sie den Bezug zu Goffman's Begriff „supportive act“ herstellt, der seinerseits aber „eine Realisierungsform verschiedener *positive rituals*“ (ebd.) darstelle und nicht nur Komplimente betreffe.

teilweise durch *scale downs*¹⁴⁹ mindert. Mit den *referent shifts* sind die Reaktionen auf ein Kompliment gemeint, die eine positive Bewertung enthalten (vgl. Duttlinger 1999: 311). Zu den *referent shifts* gehören *reassignment of praise*¹⁵⁰ (Weiterleitung des Kompliments an einen weiteren Referenten) und *returns* (Gegenkomplimente). Gegenkomplimente erlauben dem Komplimentempfänger, das Kompliment zu akzeptieren und gleichzeitig Selbstlob zu vermeiden.

4.3.2 Herbert (1986, 1989)

Ein weiteres Klassifizierungssystem wird bei Herbert (1986, 1989)¹⁵¹ dargestellt. Seine Klassifikation beruht, im Unterschied zu jener von Pomerantz, auf empirischen Daten, die die Häufigkeit der einzelnen Antworttypen belegen. Der Autor lehnt sich zwar an Pomerantz an, bietet aber feinere Klassifizierungsmöglichkeiten mit zwölf Komplimenterwiderungstypen an, die hierarchisch präsentiert werden. Bei Herbert wird ebenfalls von den beiden Gegenpolen *Agreement* und *Nonagreement* ausgegangen, die den höchsten Knoten in der Hierarchie bilden, jedoch verwendet der Autor teilweise andere Begriffe für die einzelnen Kategorien. Zur besseren Übersichtlichkeit wird das Klassifizierungssystem von Herbert in den folgenden zwei Abbildungen dargestellt (Abb. 9 und Abb.10).

¹⁴⁹ Diese Strategie findet sich sowohl bei der Zustimmung als auch bei der Nichtzustimmung zum Kompliment. Hier erfolgt eine weitere Unterscheidung in *scaled-down agreements* und *disagreement downgraders*.

¹⁵⁰ Bei Pomerantz (1978) wird dieser Antworttyp eher als *disagreement* betrachtet. Die Zuordnung von Chen/Yang (2010) ist m.E. aber die bessere Alternative. In ihrer Klassifikation wird die Weiterleitung des Kompliments zu der Kategorie *D/E-Explaining* (vgl. Strategie Nr. 12 in der Klassifikation) gerechnet (sofern sie nicht mit einer anderen Kategorie kombiniert wurde), da durch die Weiterleitung z.B. an eine dritte Person das Kompliment weder hundertprozentig angenommen noch abgelehnt wird und somit zwischen *acceptance/agreement* und *non-acceptance/disagreement* liegt. Laut Duttlinger (1999: 321, FN 250) enthalten diese Komplimentantworten keine negativen Elemente, sondern stellen lediglich eine Fokusveränderung dar und können aus diesem Grund nicht unbedingt als *disagreements* gewertet werden.

¹⁵¹ Die Beispiele zu den einzelnen Kategorien stammen aus Herbert (1986, 1989), da dies der besseren Verdeutlichung dienen soll. Beispiele aus dem eigenen Korpus könnten eventuell die Zuordnung des Autors zu den einzelnen Kategorien verfälschen.

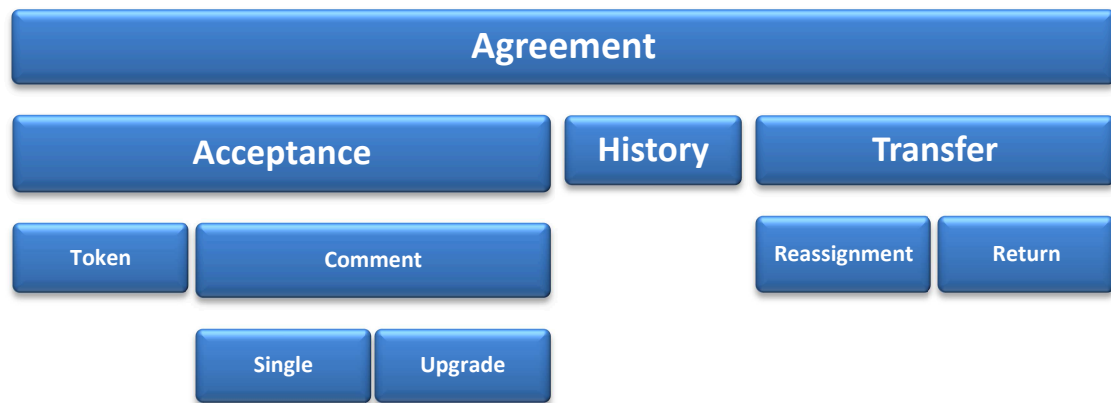


Abb. 9: Taxonomie der Komplimenterwiderungstypen im *Agreement*-Bereich (Herbert 1986, 1989)

In die Kategorie *agreement* werden Komplimenterwiderungen eingeordnet, die der Komplimentaussage zustimmen. Aus Abbildung 9 wird deutlich, wie *agreements* laut Herbert (1986, 1989) realisiert werden können, nämlich durch *acceptance*, *history* und *transfer*. Die Annahme des Kompliments kann entweder durch Ausdrücke des Dankes (*appreciation tokens*) wie „Thanks“, „thank you“ oder durch Kommentare (*comments*)¹⁵² wie „Thanks, it's my favorite too“ erfolgen. Herbert (1989: 12) rechnet auch Beispiele wie das folgende (F₁: „I like your haircut.“ – F₂: „Thank's but it's too short.“) dieser Kategorie zu, obwohl der zweite Teil der Komplimenterwiderung eher eine Einschränkung als eine Annahme des Kompliments impliziert¹⁵³ (vgl. dazu auch Duttlinger 1999: 323). Die empirischen Daten von Herbert (1986: 80) zeigen, dass Komplimenterwiderungen durch Dankesausdruck weniger als 30% einnehmen. Dieses Ergebnis bestätigt nicht unbedingt den Status des Dankes als Idealantwort. *History* nimmt eine mittlere Stellung zwischen *acceptance* und *transfer* ein und ist laut Herbert (1986: 78) dem *transfer* ähnlich. Dieser Antworttyp zeichnet sich durch Zustimmung zum Kompliment aus, aber ebenfalls durch eine Information über das Komplimentobjekt, die meist unpersönlich ist (F₁: „I love that outfit.“ – F₂: „I bought it for the trip to Arizona.“). Diese Kategorie ist bei Pomerantz (1978) z.B. nicht zu finden. Auf die beiden Untertypen des *transfer* (*reassignment* und *return*) wurde bereits bei der Darstellung der Klassifikation von Pomerantz Bezug genommen, deshalb wird hier nicht näher darauf eingegangen. Im Unterschied zu

¹⁵² *Comments* werden bei Herbert (1986) in *single comments* und *upgrade comments* unterteilt. *Single comments* stimmen der Komplimentaussage zu und *upgrade comments* steigern die positive Bewertung, die in ihr enthalten ist (z.B. „Really brings out the blue in my eyes, doesn't it?“). Somit widersprechen beide Antworttypen der Strategie der Selbstlobvermeidung.

¹⁵³ Dies resultiert m.E. aus der Tatsache, dass in der Klassifikation von Herbert (1986, 1989) keine Kombinationen von Antworttypen existieren und ein solches Beispiel ohne die subjektive Interpretation des Forschers nicht eindeutig klassifiziert werden kann.

Pomerantz ist Herbert der Meinung, dass bei *reassignment* der Komplimentempfänger der Komplimentaussage zustimmt, die Anerkennung aber weiterleitet.

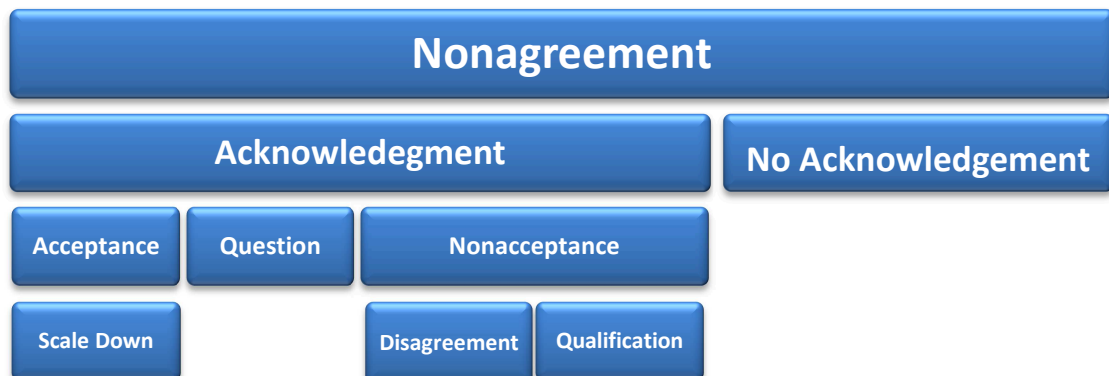


Abb. 10: Taxonomie der Komplimenterwiderungstypen im *Nonagreement*-Bereich (Herbert 1986, 1989)

In der Kategorie *nonagreement* (Abb. 10) zeigt sich eine Gegenüberstellung von *acknowledgement* und *no acknowledgement*. Die Untertypen der Kategorie *acknowledgement* sind *acceptance*, *question* und *nonacceptance*. Durch *scale down* stimmt der Komplimentempfänger der Komplimentaussage nicht direkt zu, sondern schwächt diese durch einen Hinweis auf mögliche Mängel des Komplimentobjekts ab (F: „That’s a nice watch.“ – M: „It’s all scratched up. I’m getting a new one.“). Die Antwort durch *question* nimmt eine Mittelposition¹⁵⁴ zwischen *acceptance* und *nonacceptance* ein und spiegelt die Unsicherheit des Komplimentempfängers wider, der nicht genau weiß, ob das Kompliment aufrichtig gemeint ist oder nicht („Do you really think so?“). Man könnte diese Antwort auch als „fishing for compliments“ interpretieren, weil der Empfänger sich möglicherweise eine Wiederholung bzw. Intensivierung des Kompliments erhofft (vgl. dazu auch Duttlinger 1999: 325).¹⁵⁵ Die *nonacceptance* wird entweder durch *disagreement* – keine Zustimmung zum Kompliment – (F₁: „Nice haircut. You look good.“ – F₂: „I hate it.“) oder durch *qualification* realisiert. Durch die *qualification*-Antwort wird die Komplimentäußerung schwächer qualifiziert, indem lexikalische Signale eingesetzt werden (*though*, *but*, *yet*) („It’s all right, but Lens is nicer.“). Unter *no acknowledgement* kategorisiert Herbert alle Komplimentantworten, die entweder das Kompliment ignorieren oder einen Themenwechsel einbauen (M₁: „That’s a beautiful

¹⁵⁴ Die Mittelposition von *questions* wird von Herbert (1986: 77) damit begründet, dass eine Frage weder eine Annahme noch eine Nicht-Annahme darstellt.

¹⁵⁵ Chen/Yang (2010) ordnen diesen Antworttyp in ihrer Klassifikation der Mittelkategorie DEFLACTING/EVADING zu und berücksichtigen somit Herberts Einräumung, dass dieser Antworttyp auch zwischen *agreement* und *nonagreement* eingestuft werden könnte.

sweater.“ – M₂: „Did you finish the assignment today?“).¹⁵⁶ Die zwölfte Kategorie bildet die *request interpretation*, die von Herbert weder zu *agreement* noch zu *disagreement* zugeordnet wird. Das Kompliment wird vom Empfänger als (indirekte) Bitte verstanden, das komplimentierte Objekt anzubieten (F: „I like your shirt.“ – M: „You wanna borrow this one too?“).

Die Klassifikation von Herbert verfügt zwar über mehrere Kategorien, die eine feinere Klassifizierung erlauben, zeigt aber durch die angeführten Beispiele, dass es gewisse Unstimmigkeiten bei der Zuordnung gibt.¹⁵⁷ Die Zuordnungsschwierigkeiten könnten, wie auch von Duttlinger (1999: 327) angemerkt, an der Unterscheidung zwischen *complimentary force* und *complimentary assertion* liegen, die zwar theoretisch sinnvoll sein mag, praktisch aber nicht handhabbar sei.

4.3.3 Herbert/Straight (1989) und Holmes (1988)

Herbert/Straight (1989) bieten eine andere Einteilung der zwölf Antworttypen aus Herbert (1986, 1989) an (s. Tabelle 3), die der nachfolgenden Klassifikation von Chen (1993) näher kommt. Ein wesentlicher Unterschied ist lediglich in der Zuordnung der Antworttypen zu anderen Gruppen zu verzeichnen sowie in der Integration der Kategorie *request interpretation*, die in den vorigen Arbeiten von Herbert (1986, 1989) zwar als Komplimentreaktion registriert, in der Klassifikation selbst jedoch nicht berücksichtigt wurde. Duttlinger (1999: 328) weist darauf hin, dass Herbert (1989) „offenbar die Akzeptanz der *complimentary assertion*“ als Beurteilungskriterium verwendet.

Eine weitere Klassifikation ist bei Holmes (1988) zu finden. Die Autorin geht von drei Hauptkategorien aus (*Accept*, *Reject* und *Deflect/Evade*). In Tabelle 3 wird auch diese Klassifikation vorgestellt. Auf die einzelnen Komplimenterwiderungstypen wird jedoch nicht eingegangen, da sie gewisse Gemeinsamkeiten mit den bereits kommentierten und den nachfolgenden Klassifikationen aufweisen und dies aus diesem Grund als nicht notwendig erachtet wurde.

¹⁵⁶ Die möglichen Gründe für das Ausbleiben der Komplimenterwiderung in diesen beiden Fällen wurden in Kapitel 4.2.3 genannt.

¹⁵⁷ Nicht nachvollziehbar ist laut Duttlinger (1999: 327, FN 254) z.B. die Zuordnung von Beispiel 26 (F₁: „That’s a cute shirt.“ – F₂: „Every time I wash it, the sleeves get more and more stretched out.“) zu *comment history* und somit zu *agreements*, die von Beispiel 37 aber (F: „That’s a nice watch.“ – M: „It’s all scratched up. I’m getting a new one.“) zu *scale down* und somit zu *nonagreements*. M.E.stellen beide Beispiele

Tabelle 3: Taxonomie der Komplimenterwidertypen bei Herbert/Straight (1989) und Holmes (1988)

Herbert/Straight (1989)		Holmes (1988)	
I. ACCEPTING		I. ACCEPT	
1. Appreciation token	C: <i>That's a great cake.</i> R: <i>Thank you.</i>	1. Appreciation or agreement token	<i>thanks, yes, or smile</i>
2. Comment acceptance	C: <i>You have such a nice house.</i> R: <i>It's given us a lot of pleasure.</i>	2. Agreeing utterance	<i>I think it's lovely, too.</i>
		3. Downgrading or qualifying utterance	<i>It's not too bad, is it.</i>
		4. Return compliment	<i>You're looking good, too.</i>
II. DEFLATING, DEFLECTING, REJECTING		II. REJECT	
3. Reassignment	C: <i>You're really a skilled sailor.</i> R: <i>This boat virtually sails itself.</i>	5. Disagreeing utterance	<i>I'm afraid I don't like it much.</i>
4. Return	C: <i>You sound really good today.</i> R: <i>I'm just following your lead.</i>	6. Question accuracy	<i>Is beautiful the right word?</i>
5. Qualification (agreeing)	C: <i>Your report came out very well.</i> R: <i>But I need to redo some figures.</i>	7. Challenge complimenter's sincerity	<i>You don't really mean that.</i>
6. Praise downgrade (disagreeing)	C: <i>Super chip shot.</i> R: <i>It's gone rather high of the pin.</i>		
7. Disagreement	C: <i>Your shirt is smashing.</i> R: <i>Oh, it's far too loud.</i>		
III. QUESTIONING, IGNORING, REINTERPRETING		III. DEFLECT/EVADE	
8. Question (query or challenge)	C: <i>That's a pretty sweater.</i> R: <i>Do you really think so?</i>	8. Shift credit	<i>My mother knitted it.</i>
9. Praise upgrade (often sarcastic)	C: <i>I really like this soup.</i> R: <i>I'm a great cook.</i>	9. Informative comment	<i>I bought it at that Vibrant Knits place.</i>
10. Comment history	C: <i>I love that suit.</i> R: <i>I got it at Boscov's.</i>	10. Ignore	<i>It's time we were living, isn't it?</i>
11. No acknowledgement	C: <i>You're the nicest person.</i> R: <i>Have you finished that essay yet?</i>	11. Legitimate evasion	<i>You know that shop in Cubacade?</i>
12. Request interpretation	C: <i>I like those pants.</i> R: <i>You can borrow them anytime.</i>	12. Request reassurance/repetition	<i>Do you really think so?</i>

Sowohl die Klassifikation von Pomerantz (1978) als auch die von Herbert (1986), Holmes (1988) und Herbert/Straight (1989) bieten nur reine Kategorien an, Kombinationen von Antworttypen werden nicht vorgesehen bzw. falls solche vorkamen, wurden sie nach der von dem Forscher erkannten Intention des Sprechers einer Kategorie zugeordnet (vgl. dazu Herbert 1986: 80). Chen/Yang (2010) lehnen ihre Klassifikation an die von Holmes (1988) an und erweitern sie durch zusätzliche Kategorien bzw. passen sie an ihre Ergebnisse an, indem sie auch die möglichen Kombinationen von Komplimenterwiderungen berücksichtigen. Eine solche Klassifikation eignet sich m.E. besser für die Analyse der für diese Arbeit gewonnenen Ergebnisse. Es muss hier trotzdem angemerkt werden, dass eine klare Differenzierung und Zuordnung aller Ergebnisse kaum möglich und laut Lewandowska-Tomaszczyk (1989: 92) nur im Sinne von Präferenzen durchführbar ist.¹⁵⁸ Jede Klassifikation zeichnet sich durch Vor- und Nachteile aus, und eine Klassifikation zu finden, die für zwei Sprachen und gleichzeitig für zwei unterschiedliche Kulturen brauchbar sein kann, erweist sich als problematisch (vgl. Werthwein 2009: 53).

Für die Analyse der Komplimenterwiderungen in dieser Arbeit wird die Klassifikation von Chen/Yang (2010) aus folgenden Gründen herangezogen:

1. Die ursprüngliche Klassifikation von Chen (1993), auf der jene von Chen/Yang (2010)¹⁵⁹ basiert, wurde im Rahmen einer kontrastiven Studie entwickelt und erprobt.¹⁶⁰
2. In dieser Arbeit wird das gleiche Datenerhebungsinstrument wie in der Studie von Chen/Yang (2010) verwendet, was die Zuordnung der Komplimentantworten zu den entsprechenden Kategorien der Klassifikation erleichtert.
3. Das Einsetzen derselben Klassifikation für beide Sprachgemeinschaften trägt zur besseren Vergleichbarkeit der Ergebnisse bei.
4. Sie berücksichtigt Kombinationen verschiedener Strategien, die in anderen Klassifikationen keine Beachtung finden, aber im Datenkorpus in einer Vielzahl vorkommen.¹⁶¹

¹⁵⁸ Als Beispiel kann hier z.B. die Antwort „Schade“ als Antwort auf das Kompliment für das tolle neue Handy genannt werden, die zu der Kategorie „Andere Interpretationen“ gerechnet wurde.

¹⁵⁹ Bei Chen/Yang (2010) handelt es sich zwar um keine kontrastive Studie, aber die Autoren bedienen sich derselben Klassifikation wie Chen (1993), indem sie diese ergänzen und m.E. verfeinern.

¹⁶⁰ Die Klassifikation von Chen (1993) wurde bereits von Nixdorf (2002) in ihrer kontrastiven Arbeit erprobt.

4.3.4 Chen (1993) und Chen/Yang (2010)

Im Folgenden wird die Klassifikation von Chen/Yang (2010) im Vergleich zu der Klassifikation von Chen (1993) für die amerikanischen Komplimentantworten vorgestellt, indem Gemeinsamkeiten sowie Unterschiede, aber auch Parallelen zu den oben dargestellten Klassifikationen von Pomerantz (1978) und Herbert (1986, 1989) diskutiert werden. Des Weiteren werden die Unterschiede zwischen beiden Klassifikationen (Chen 1993; Chen/Yang 2010) ausgearbeitet.

Chen (1993) kategorisiert die amerikanischen Komplimentantworten in zehn Strategien (vgl. Tabelle 4), die chinesischen hingegen in fünf, wobei sich die Strategie *Thanking* in beiden Gruppen wiederfindet. Als weitere Strategien unter den chinesischen Daten kommen hinzu: 1) DISAGREEING and DENIGRATING¹⁶², 2) EXPRESSING EMBARRASSMENT, 3) EXPLAINING¹⁶³ und 4) THANKING und DENIGRATING. Unterschiede in den beiden Klassifikationen kommen sowohl in der Reihenfolge der Auflistung der einzelnen Strategien als auch in der Gruppierung zu Superstrategien vor (vgl. Tabelle 4¹⁶⁴). In der Klassifikation von Chen (1993) werden die Komplimenterwiderungen in vier Superstrategien (ACCEPTING, RETURNING, DEFLECTING und REJECTING) unterteilt, in der von Chen/Yang (2010) nur in drei. Die Strategie RETURNING (1993) existiert nicht mehr als Superstrategie 2 in der neuen Klassifikation, sondern als Unterstrategie zu ACCEPTING. Zur Hauptstrategie ACCEPTING (1993) gehören die vier Unterstrategien 1) THANKING, AGREEING, EXPRESSING GLADNESS und JOKING. Dieselbe Oberstrategie wurde in dem Klassifizierungssystem von 2010 um drei weitere Unterstrategien erweitert: *Returning*, *Encouraging* und *A-Explaining*, dafür ist die vierte Unterstrategie von 1993 (JOKING) unter der zweiten Hauptstrategie DEFLECTING/EVADING von 2010 zu finden. An erster Stelle in der Klassifikation von 2010 wird *Agreeing* genannt. In den Komplimenterwiderungen, die dieser Kategorie zugeordnet werden, stimmt der Komplimentempfänger dem Kompliment einfach zu (für Situation 1¹⁶⁵: „Ja, ist echt gut./Ja, ich mag es auch gerne.“; für Situation 6: „Ja, mir gefällt es auch.“). Unter *Thanking* (Unterstrategie 2) fallen alle Komplimentantworten, bei denen man sich in irgendeiner Art und Weise bedankt,

¹⁶¹ Die Auswertung der Ergebnisse hat gezeigt, dass 43,88% der Komplimentantworten kombiniert sind.

¹⁶² Der besseren Übersichtlichkeit halber werden die Strategien von Chen (1993) und die Hauptstrategien von Chen/Yang (2010) in Großbuchstaben hervorgehoben.

¹⁶³ Im Unterschied zu derselben Strategie bei den amerikanischen Komplimentantworten folgt die Erklärung hier nicht nach dem Bedanken, sondern nach dem Nichtzustimmen.

¹⁶⁴ Die nachfolgenden Vergleiche beziehen sich ebenfalls auf Tabelle 4.

¹⁶⁵ Die Beispiele stammen aus dem eigenen Korpus (vgl. für weitere Beispiele Anhang IV).

meist durch sogenannte *appreciation tokens* („Danke“, „Dankeschön“, „Vielen Dank!“). *Expressing gladness* als dritte Unterstrategie ist für Komplimenterwiderungen reserviert, die die Freude des Komplimentempfängers über das erhaltene Kompliment zum Ausdruck bringen („Das freut mich sehr.“). Das Gegenkompliment (Unterstrategie 4) ordnen Chen/Yang (2010) im Unterschied zu der vorigen Klassifikation der Superstrategie *Accepting* zu. Ein Gegenkompliment (für Situation 2: „Du aber auch.“) drückt m.E. aus, dass der Komplimentempfänger dem Kompliment zustimmt und eine Gegenleistung anbietet, um das Gleichgewicht mit dem Gegenüber wiederherzustellen (vgl. auch Duttlinger 1999: 322) und ist somit als Annahme eines Kompliments zu klassifizieren¹⁶⁶. Wenn in der Komplimenterwiderung die Ermutigung des Komplimentempfängers ausgedrückt wird, dass sich der Komplimentgeber das gleiche Komplimentobjekt sicher bald selbst leisten kann, handelt es sich um *Encouraging* (für Situation 6: „Wenn Sie schön fleißig sind, können Sie sich so eins auch irgendwann leisten.“). Die sechste Unterstrategie unter *Accepting* ist *A(ccepting)-Explaining*.¹⁶⁷ Dieser Kategorie werden Komplimenterwiderungen zugeordnet, die Informationen über das Komplimentobjekt liefern und die Annahme des Kompliments implizieren (für Situation 4: „Ich habe viel dafür gelernt!“; „It’s the color that makes it look good.“; „I worked hard preparing for it.“¹⁶⁸). Als letzte Kategorie in allen Hauptstrategien der Klassifikation von 2010 findet man *Combination*, die unterschiedliche Antworttypen kombiniert, meist innerhalb der Hauptstrategie (Bsp. für die Strategie-Kombinationen „Sichbedanken + Sichfreuen“¹⁶⁹: „Vielen Dank, das freut mich!“; „Sichbedanken + A(nnehmen)-Erklären“: „Vielen Dank! Ich habe mir auch sehr viel Mühe gegeben!“). Da sich in der vorliegenden Arbeit bei der Auswertung der gewonnenen Ergebnisse 43,88%¹⁷⁰ als Kombinationen herausstellten, hat sich diese Neuerung in der Klassifikation als sehr vorteilhaft erwiesen, um eine feinere Kategorisierung der Ergebnisse zu erzielen.

¹⁶⁶ Holmes (1986: 493) weist darauf hin, dass „returning the compliment implicitly indicates that the recipient agrees with the content“, Pomerantz (1978: 105) betrachtet das Gegenkompliment ebenfalls als Zustimmung („returns are constructed as agreements“) und folglich als Annahme des Kompliments.

¹⁶⁷ Darunter wird aber nicht die EXPLAINING-Strategie von Chen (1993) verstanden, die vielmehr der *Deflecting/Evading-Explaining*-Strategie (2010) entspricht, sondern das Erklären, das auf eine klare Annahme des Kompliments hinweist.

¹⁶⁸ Die beiden englischen Beispiele stammen aus Chen/Yang (2010: 1956).

¹⁶⁹ Vgl. zu Rechtschreibung substantivierter Infinitive *Duden. Richtiges und Gutes Deutsch*. (2006: 811).

¹⁷⁰ Die Analyse der Komplimenterwiderungen in der vorliegenden Arbeit beruht auf 1796 Komplimentantworten, davon wurden 788 als Kombinationen von verschiedenen Strategien innerhalb der übergeordneten Hauptstrategie realisiert, jedoch kamen vereinzelt auch Kombinationen von Unterstrategien aus unterschiedlichen Hauptstrategien.

Als zweite Hauptstrategie fungiert in der Klassifikation von Chen/Yang (2010) DEFLECTING/EVADING. Sie ist als eine Mischung der früheren DEFLECTING-, RETURNING- und ACCEPTING-Strategien von Chen (1993) zu sehen und umfasst folgende Unterstrategien: *Offering*¹⁷¹, *Using humor*, *Seeking confirmation*, *Doubting*, *Deflecting* und *Deflecting/Evading-Explaining*. Zu der Unterstrategie *Offering* werden Komplimenterwiderungen gerechnet, die als Angebot fungieren, das Komplimentobjekt auszuleihen oder in seltenen Fällen, meist in dem nicht-europäischen Sprachraum, auch zu verschenken (für Situation 6: „Kommen Sie, ich fahre Sie nach Hause, wenn Sie wollen.“¹⁷²). Die *Joke*-Strategie bzw. *Using-Humor*-Strategie zählt in dieser Klassifikation nicht mehr zu *Accepting* und wird durch Komplimenterwiderungen repräsentiert, die entweder ironisch oder als Witz gemeint sind (für Situation 4: „Ja, schau nur das Ding schluckt mehr als David Hasselhoff auf 100 km.“¹⁷³). Die Autoren haben sich hier dafür entschieden, dass eine Komplimenterwiderung in Form eines Scherzes nicht unbedingt als eine eindeutige Annahme des Kompliments gesehen werden kann. Mit einem Scherz kann man Verlegenheit über das Kompliment ausdrücken, vor allem wenn Komplimentgeber und Komplimentempfänger statusungleich sind; unter (engen) Freunden kann diese Antwort im Sinne von Pomerantz eine Möglichkeit zur Selbstlobvermeidung sein. Die Strategie *Using humor (joke)* ist weder bei Pomerantz (1978) noch bei Herbert (1986, 1989) oder Herbert/Straight (1989) zu finden, kommt in natürlichen Kommunikationssituationen jedoch oft vor. Chen (1993: 54f.) weist auf die Parallelen seiner Klassifikation zu jener von Herbert hin, jedoch hat die erstere nicht nur durch die kombinierten Strategien, sondern auch durch das Aufnehmen der *Using-Humor*-Strategie eine hilfreiche Ergänzung erfahren (vgl. dazu auch Metzger 2004: 30). Eine ganz neue Strategie stellt die *Seeking-confirmation*-Strategie dar, die m.E. schwer von der nachfolgenden *Doubting*-Strategie zu unterscheiden ist.¹⁷⁴ Erstere

¹⁷¹ Herbert (1986) erwähnt *request interpretation* als eine mögliche Komplimentantwort, ordnet sie aber weder den *agreement*- noch den *nonagreement*-Strategien zu, bei Herbert/Straight (1989) aber ist diese Strategie, wie an anderer Stelle erwähnt, in die Klassifikation aufgenommen worden.

¹⁷² Es versteht sich, dass ein Gebrauchsgegenstand wie das komplimentierte Auto in Situation 6 nicht einfach als Geschenk angeboten werden kann, wie dies bei kleineren Gegenständen der Fall sein könnte, zumal der Komplimentempfänger in der Situation einen höheren Status genoss als der Komplimentgeber. Deshalb wurden dieser Kategorie alle Antworten zugeordnet, in denen das Mitnahmeangebot bzw. das Nach-Hause-fahren-Angebot vorkam.

¹⁷³ Diese Antwort kann als Scherz nur verstanden werden, wenn man die Anspielung auf den Alkoholkonsum des Schauspielers versteht.

¹⁷⁴ Chen (1993: 60) merkt selbst an, dass die Antworten unter der Strategie *Doubting* ebenfalls als *Seeking confirmation* interpretiert werden können. Da man aus den empirischen Daten keine prosodischen Mittel für die Interpretation heranziehen kann, ist es schwer zu entscheiden, ob ein „Echt?“ oder „Wirklich?“ als Zweifeln oder eher als Suche nach Bestätigung verstanden werden kann.

umfasst Komplimentantworten, in denen nicht deutlich wird, ob der Komplimentempfänger das Kompliment annimmt oder ablehnt („Really?“; „Wirklich?“), letztere umfasst solche, in denen der Komplimentempfänger seine Unsicherheit in Bezug auf die Löblichkeit des Komplimentobjekts oder der komplimentierten Leistung zum Ausdruck bringt (für Situation 4: „Was? Nee, glaub ich nicht.“). Beide Strategien zeigen Parallelen mit Herberts Strategie *question response*, die sich dadurch auszeichnet, dass es schwer zu entscheiden ist, ob es sich dabei um den Wunsch nach Wiederholung bzw. Erweiterung des Kompliments oder um die Prüfung seiner Ehrlichkeit durch den Komplimentempfänger geht. Antworten, die unter der Strategie *Deflecting*¹⁷⁵ klassifiziert werden konnten, waren sehr selten. Bei Herbert stellt die Strategie *Deflecting* den ersten Teil von *No Acknowledgment* dar, bei dem die Antwort auf das Kompliment mit dem Komplimentthema nichts zu tun hat, weil der Sprecher höchstwahrscheinlich nicht darauf eingehen möchte (für Situation 2: „Wie bist du denn drauf!“). Das Ignorieren des Kompliments aus demselben Grund oder weil der Komplimentempfänger das Kompliment nicht gehört hat, ist der zweite *No Acknowledgment*-Teil bei Herbert. Um bei der Klassifizierung der Komplimentantworten in dieser Untersuchung eine feinere Unterscheidung zwischen den Strategien *Deflecting* und *Ignore* zu gewährleisten, werden Komplimentantworten, bei denen das Kompliment nicht erwidert wird und ein kompletter Themenwechsel stattfindet, der ersteren zugeordnet, wohingegen Komplimente, die nicht beantwortet werden, während aber die Thematik der Konversation beibehalten wird, der letzteren Kategorie zugeordnet werden. In der Klassifikation, die in dieser Arbeit verwendet wird, bildet die Strategie „Ignorieren“ eine getrennte Kategorie außerhalb der drei Hauptstrategien, da sie nur in Situation 2 vorkommt. So wie unter ACCEPTING findet man auch unter DEFLECTING/EVADING das Erklären, aber als *D(eflecting)/E(vading)-Explaining*. Darunter werden alle Komplimentantworten zusammengefasst, die Erläuterungen zu dem komplimentierten Gegenstand liefern, ohne jedoch eine deutliche Annahme oder Ablehnung des Kompliments zu beinhalten. Diese zusätzlichen Informationen können sich auf etwas Unpersönliches beziehen (für Situation 1: „Eigentlich brauche ich es nur zum Telefonieren.“). Dazu wird ebenfalls das Weiterleiten bzw. das Umleiten des Kompliments an eine dritte Person gerechnet (für Situation 1: „Ich habe es von ... zum Geburtstag bekommen.“). Eine mögliche Kombination von Strategien in dieser Gruppe ist *Seeking confirmation* in Kombination mit *D/E-Explaining* (für Situation 1: „Ja? Habe ich heute erst geschenkt bekommen.“).

¹⁷⁵ Diese Kategorie wird bei Chen (1993) nur als Superstrategie mit den Unterstrategien *Explaining* und *Doubting* genannt.

Die letzte Superstrategie ist REJECTING. Um ein Kompliment abzulehnen, kann man z.B. dem Kompliment nicht zustimmen (*Disagreeing*) (für Situation 5: „Leider nein“ oder „Du irrst dich.“). Die nächste Unterstrategie stellt das Herabsetzen bzw. das Abwerten des Komplimentobjekts dar, indem man die Bewertung des Komplimentobjekts herunterspielt (für Situation 6: „Naja...ist ein Gebrauchsgegenstand wie alle anderen auch.“; für Situation 5: „Na ja, so jung bin ich ja nun auch nicht!“). Die *Expressing-embarrassment*-Strategie ist in den vorliegenden empirischen Daten nur einmal vertreten (für Situation 4: „Jetzt bringen Sie mich aber in Verlegenheit.“). Chen/Yang (2010) geben für diese Strategie folgendes Beispiel: „What you said embarrassed me“. Sie ist in der Klassifikation von Herbert z.B. gar nicht vertreten. Es scheint einfach schwierig zu sein, Verlegenheit sprachlich auszudrücken. Da durch die gewählte Methode der Datengewinnung keine nonverbalen Daten erhoben werden konnten, kann man keine Aussagen darüber machen, ob in einigen Komplimentantworten Verlegenheit zum Ausdruck kam. Jedoch finden sich in den aufgeschriebenen Kommentaren¹⁷⁶ einige Hinweise, die als Verlegenheit gedeutet werden können. Ein Proband hat den folgenden Kommentar in Situation 5 aufgeschrieben: „Weil das ein Kompliment wäre, das man von einem Chef nicht erwarten würde. Betretenes Schweigen“, ein anderes Beispiel für Situation 1: „Weil ich mich unwohl fühlen würde...“. Als letzte Unterstrategie in der REJECTING-Gruppe ist das *Rejecting-Explaining* zu nennen. Chen/Yang (2010) erläutern diese Strategie als das Liefern von Informationen bzw. Gründen über das Komplimentobjekt zwecks seiner Ablehnung (für Situation 1: „Ist mir reichlich egal. Hab das genommen, weil es recht günstig ist. Brauche eigentlich keins.“). Auch hier sind Kombinationen von unterschiedlichen Antworttypen möglich, wie z.B. das folgende Beispiel für Situation 1: *Disagreeing* in Kombination mit *R(ejecting)-explaining*: „Nö, war halt ein Geschenk. Brauch ich eigentlich gar nicht.“

¹⁷⁶ Den Probanden wurde im Fragebogen die Möglichkeit eingeräumt, auf das Kompliment nicht zu antworten und stattdessen einen Kommentar aufzuschreiben (vgl. hierzu Kap. 6.2).

Tabelle 4: Taxonomie der Komplimenterwiderungstypen bei Chen (1993) und Chen/Yang (2010)

Chen (1993)	Chen/Yang (2010)
I. ACCEPTING	I. ACCEPTING
1. THANKING	1. Agreeing
2. AGREEING	2. Thanking
3. EXPRESSING GLADNESS	3. Expressing gladness
4. JOKING	4. Returning
	5. Encouraging
	6. A-Explaining
	Combination
II. RETURNING	II. DEFLECTING/EVADING
5. (THANKING and) RETURNING Compliment	7. Offering
6. OFFERING object of compliment	
7. ENCOURAGING	8. Using humor (joke)
	9. Seeking confirmation
III. DEFLECTING	
8. EXPLAINING	10. Doubting
9. DOUBTING	11. Deflecting
	12. D/E-Explaining
	Combination
IV. REJECTING	III. REJECTING
10. REJECTING and DENIGRATING	13. Disagreeing
	14. Denigrating
	15. Expressing embarrassment
	16. R-Explaining
	Combination

4.3.5 Angewandte Klassifikation

Für die Klassifizierung der mit Hilfe des Diskursergänzungsfragebogens gewonnenen empirischen Daten wird in dieser Arbeit die Klassifikation von Chen/Yang (2010) verwendet, die einen Vergleich zwischen den deutschen und den bulgarischen Komplimenterwiderungsstrategien ermöglicht. In der folgenden Tabelle werden die englischen Bezeichnungen und die entsprechenden deutschen Übersetzungen dargestellt, die weiterhin im Text verwendet werden. Zwei zusätzliche Kategorien wurden der Klassifikation von Chen/Yang (2010) hinzugefügt: „Ignorieren“ (17) und „Andere Interpretationen“ (18). Das Ignorieren des Kompliments wird von Holmes (1988) zu der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN gerechnet. In diesen Daten kommt diese Strategie hauptsächlich in Situation 2 vor, in der das Kompliment mit einem Gruß und der Frage nach der Befindlichkeit eingeleitet wird. M.E. ergab sich das Ignorieren des Kompliments eben aus diesem Grund. Die Probanden haben den Gruß und die Befindlichkeitsfrage erwidert, dafür das Kompliment ignoriert. Würde der initiative Sprechakt nur aus dem Kompliment bestehen, hätte man das Kompliment vermutlich nicht so häufig ignoriert.

Tabelle 5: Englische und deutsche Bezeichnungen für die Komplimenterwiderungsstrategien

Englische Bezeichnung	Deutsche Übersetzung
ACCEPTING (ANNEHMEN)¹⁷⁷	
1. Agreeing	1. Zustimmungen
2. Thanking	2. Sichbedanken
3. Expressing gladness	3. Sichfreuen ¹⁷⁸
4. Returning	4. Zurückgeben (Gegenkompliment)
5. Encouraging	5. Aufmuntern/Ermutigen
6. A-Explaining	6. A(nnehmen)-Erklären ¹⁷⁹
Combination	Kombinationen (K1)
DEFLECTING/EVADING (ABLENKEN/AUSWEICHEN)	
7. Offering	7. Anbieten
8. Using humor (joke)	8. Scherzen
9. Seeking confirmation	9. Bestätigung suchen
10. Doubting	10. Zweifeln
11. Deflecting	11. Ablenken
12. D(eflecting)/E(vading)-Explaining	12. Ablenken/Ausweichen-Erklären
Combination	Kombinationen (K2)
REJECTING (ABLEHNEN)	
13. Disagreeing	13. Nichtzustimmen
14. Denigrating	14. Herabsetzen
15. Expressing embarrassment	15. Verlegenheit ausdrücken
16. R-Explaining	16. ABL(ehnen)-Erklären
Combination	Kombinationen (K3)
	17. Ignorieren
	18. Andere Interpretationen

¹⁷⁷ Die Großschreibung der Hauptstrategien wird der besseren Übersichtlichkeit halber auch im Kapitel der Datenauswertung übernommen.

¹⁷⁸ Es handelt sich hier um die Strategie „Freude äußern“, da es sich aus den Antworten kaum erschließen lässt, ob sich jemand über das Kompliment tatsächlich freut oder nicht.

¹⁷⁹ Der besseren Lesbarkeit halber werden die Strategie-Bezeichnungen der Strategien 6, 12 und 16 im weiteren Verlauf der Arbeit und vor allem in den Tabellen wie folgt abgekürzt: Strategie 6: „A-Erklären“, Strategie 12: „Ausw.-Erklären“, Strategie 16: „ABL-Erklären“. Die Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN wird im Fließtext häufig nur als AUSWEICHEN bezeichnet und die dazu gehörigen Strategien als AUSWEICHSTRATEGIEN.

4.4 Der Einfluss verschiedener Faktoren auf Komplimenterwiderungen

Die Reaktion auf ein Kompliment scheint auf den ersten Blick eine einfache Angelegenheit zu sein und meist erfolgt diese auch spontan. Es darf jedoch nicht außer Acht gelassen werden, dass bei der Erwiderung auf ein Kompliment viele Faktoren eine wichtige Rolle spielen und sich dabei ebenfalls gegenseitig beeinflussen können. Zu nennen wären hier nur einige, die bereits an anderer Stelle schon erwähnt wurden: der situative Kontext, das Geschlecht des Komplimentgebers und -empfängers, das jeweilige Komplimentthema, die soziale Distanz zwischen den beiden Interaktanten (darunter wird häufig auch die gegenseitige Sympathie oder Antipathie gefasst), ihr relativer Status, ihre kulturelle Prägung, die für die Interpretation des Kompliments relevant ist, sowie die Gewichtung des geäußerten Sprechakts in der jeweiligen Kultur. Es ist selten, dass in empirischen Untersuchungen alle diese Parameter berücksichtigt werden können, und meist konzentrieren sich die Forscher lediglich auf einzelne von ihnen. Von den aufgezählten Parametern wurde am häufigsten der Einfluss des Geschlechts¹⁸⁰ auf die Komplimenterwiderungen untersucht: z.B. bei Holmes (1988, 1995), Herbert (1990), Duttlinger (1999), Golato (2005), Werthwein (2009), Mironovschi (2009) u.a. Nur Herbert (1990) berücksichtigt jedoch in seiner Arbeit sowohl das Geschlecht des Komplimentempfängers als auch das des Komplimentgebers. Holmes, Herbert, Duttlinger und Werthwein gehen außerdem auf den Einfluss des Status auf die Komplimentreaktionen ein. Die Variable der „sozialen Distanz“ wurde nur von Duttlinger (1999) in Bezug auf spanische Komplimentantworten und von Werthwein (2009) bei ihrer Analyse der australischen und der deutschen Komplimenterwiderungen berücksichtigt. Im Folgenden wird auf einige der Forschungsergebnisse in Bezug auf Komplimentthemen, Geschlecht, Status und soziale Distanz im Zusammenhang mit ihrem Einfluss auf die Komplimentreaktionen eingegangen, um diese Ergebnisse als Vergleichsbasis für den empirischen Teil dieser Arbeit heranziehen zu können.

4.4.1 Komplimentthemen

Es wurde an anderer Stelle bereits darauf eingegangen, welche die beliebtesten Komplimentthemen im Zusammenhang mit dem Geschlecht sowie dem gleichen bzw. ungleichen Status sind. Im Folgenden soll deshalb lediglich darauf Bezug genommen werden, welche Komplimenterwiderungsstrategien je nach Komplimentthema präferiert werden. Es

¹⁸⁰ In Bezug auf die Variable „Geschlecht“ muss erwähnt werden, dass viel häufiger untersucht wird, über welche Themen Männer bzw. Frauen Komplimente machen und erhalten, und viel seltener die Frage, welche Komplimenterwiderungsstrategien als Reaktion auf das jeweilige Komplimentthema eingesetzt werden.

gibt wenige Autoren, die sich mit dieser Fragestellung auseinandergesetzt haben¹⁸¹, darunter z.B. Werthwein (2009) und Katsuta (2012). In ihrer Masterarbeit untersucht Katsuta (2012) den Einfluss von Komplimentthemen auf das Komplimenterwiderungsverhalten bei amerikanischen und japanischen muttersprachlichen Studenten. Sie kommt zu dem Ergebnis, dass Komplimente über das Aussehen von beiden Probandengruppen überwiegend abgelehnt oder durch Ausweichstrategien beantwortet werden, während solche über Besitztümer größtenteils angenommen werden. Komplimente über Leistungen werden in beiden Probandengruppen ebenfalls häufig angenommen. Werthwein (2009) ordnet die Komplimente, die in ihrem Datenkorpus vorkamen, in vier Gruppen ein¹⁸²: Komplimente zu Merkmalen¹⁸³, zu persönlichen Fähigkeiten bzw. Leistungen¹⁸⁴, zu Besitzgegenständen sowie zu Charaktereigenschaften und Einstellungen. Sie fand heraus, dass Komplimente über persönliche Charaktereigenschaften sowie solche über persönliche Merkmale sowohl von den deutschen als auch von den australischen Probanden bevorzugt angenommen werden. Bei Besitzkomplimenten hingegen verwenden die deutschen Probanden sowohl Annahme- als auch Ausweichstrategien zu gleichen Teilen, während die Australier sich mehr der Strategien aus dem Kompromissbereich als der Annahmestrategien bedienen, jedoch mit einer sehr kleinen Präferenz. In Bezug auf Komplimente über Fähigkeiten verhält es sich ähnlich wie mit Besitzkomplimenten: Deutsche Probanden nehmen diese präferiert an, australische weichen ihnen häufiger aus, als sie anzunehmen. Zusammenfassend kommt die Autorin zu dem Ergebnis, dass Komplimente zu einem Merkmal am häufigsten angenommen werden, während die Annahme bei solchen über Fähigkeiten am seltensten ist. Was die Komplimente zu Eigenschaften und Besitz betrifft, so werden diese von den deutschen Probanden zu gleichen Teilen angenommen, während die Australier solche über Eigenschaften vor Besitzkomplimenten bevorzugt annehmen (vgl. ebd.: 226). Im Bereich der Ablehnungen werden Komplimente über persönliche Eigenschaften am ehesten zurückgewiesen, am wenigstens werden solche über Besitzgegenstände seitens der deutschen Probanden und über

¹⁸¹ Auf Duttlingers Ergebnisse (1999) wird hier nicht eingegangen, da die Autorin einerseits keine quantitativen Daten präsentiert und andererseits die Ausführungen zu knapp sind, um für den empirischen Teil dieser Arbeit relevant sein zu können.

¹⁸² Dabei merkt Werthwein (2009: 143) an, dass sie sich bei der Gruppierung ihrer Ergebnisse nach Komplimentthemen an Knapp et al. (1984) orientiert.

¹⁸³ Darunter versteht Werthwein (2009: 143) Dinge wie z.B. Ergebnisse von Verhaltensweisen, Ideen oder Vorhaben. Die Autorin gibt aber keine konkreten Beispiele für diese Komplimente, sodass es schwer nachvollziehbar ist, welche Komplimente hiermit gemeint sind.

¹⁸⁴ Die Autorin rechnet dazu „z.B. persönliches Engagement bei der Verwirklichung von Projekten oder Aufgaben“ (Werthwein 2009: 143).

Merkmale seitens der australischen abgelehnt. Signifikante Unterschiede in der Verteilung der Komplimenterwiderungsstrategien findet die Autorin lediglich bezüglich der Komplimente über Merkmale in den beiden Datenkorpora. Werthwein beachtet in ihrer Analyse jedoch nicht die Wechselwirkung zwischen dem Geschlecht und dem jeweiligen Komplimentthema. Im empirischen Teil dieser Arbeit wird der Effekt aus der Wechselwirkung der zwei Variablen „Komplimentthema“ und „Geschlecht“ auf die Komplimenterwiderungen jedoch berücksichtigt. Schließlich muss noch festgehalten werden, dass der Einfluss des Komplimentthemas auf das Komplimenterwiderungsverhalten ebenso von der jeweiligen Kultur abhängig ist.

4.4.2 Geschlecht

In der Geschlechterforschung wird immer wieder kritisiert, dass in vielen empirischen Arbeiten häufig Verallgemeinerungen auf das Sprachverhalten ohne Berücksichtigung der Geschlechterunterschiede gemacht werden. Braun (2004: 11) klagt, dass der Sprachgebrauch von Frauen in vielen Arbeiten schlechthin übergangen wird.¹⁸⁵ Sie führt weiter an, dass sich die theoretischen Ansätze in Bezug auf die Geschlechterforschung zwar unterscheiden, jedoch hinsichtlich der Annahme, „dass geschlechtsspezifische Sprachunterschiede bestehen und eine wichtige Rolle spielen“, Einigkeit herrscht (vgl. ebd.: 21). Deshalb befasst sich diese Arbeit u.a. mit den geschlechtsspezifischen Unterschieden im Komplimenterwiderungsverhalten. Die gewonnenen Ergebnisse streben keine Generalisierbarkeit an, da die Probandenzahlen pro Geschlecht und Sprache eher gering sind (80 Männer und 80 Frauen pro Sprachgemeinschaft). Vielmehr sollten Tendenzen über das geschlechtsspezifische Komplimenterwiderungsverhalten sowohl innerhalb der jeweiligen Sprachgemeinschaft als auch sprachübergreifend aufgezeichnet werden, die eine Möglichkeit für weitere Untersuchungen eröffnen können. Darüber hinaus können die Ergebnisse für beide Geschlechter mit den geschlechtsspezifischen Ergebnissen aus anderen Untersuchungen verglichen werden und diese bestätigen oder widerlegen.

Die Diskussion über die „sprachliche Andersartigkeit von Frauen“ (Braun 2004: 11) hat bereits mit Robin Lakoff begonnen, die in ihrem Aufsatz „Language and Women’s Place“ (1973a) als erste über die Unterschiede in der Sprache von Frauen und Männern berichtet. Die Autorin

¹⁸⁵ Eigler (2002: 37f.) weist ebenso darauf hin, dass die Variable „Geschlecht“ lange Zeit in empirischen Untersuchungen vermieden wurde, und kritisiert den Androzentrismus von Labov (1972), der lediglich Männer als prototypische Probanden in seine Untersuchung des Sprachgebrauchs von schwarzen Jugendlichen einbezogen hat.

geht auf die ihrer Meinung nach untergeordnete Stellung der Frau in der Gesellschaft ein, die durch ihre Defizite aufweisende Sprache zum Ausdruck komme, und auf die männliche Sprache, die ein höheres Ansehen genieße. Laut Lakoff (1973a) bedienen sich Frauen im Gegensatz zu Männern mehr Höflichkeitsmarkierungen, indirekter Formulierungen, Abschwächungen, Euphemismen, Diminutiva etc. Die Ausführungen von Lakoff wurden mit Begeisterung, aber auch mit Kritik empfangen, da sie nicht auf empirischen Daten beruhten. Trotz ihres mangelnden empirischen Hintergrunds haben sie für weitere Untersuchungen im Bereich der Geschlechterunterschiede gesorgt.

Von verschiedenem Gesprächsverhalten zwischen Männern und Frauen ist auch bei Tannen (1998)¹⁸⁶ die Rede. Die Autorin geht von der Annahme aus, dass die Kommunikation zwischen Männern und Frauen eine „interkulturelle“ sei und dass das weibliche und männliche Gesprächsverhalten durch den Einsatz verschiedener kommunikativer Strategien zum Ausdruck komme. Tannens Ausführungen, dass Frauen Intimität und Nähe (Symmetrie) suchen, Männer hingegen Unabhängigkeit anstreben (Asymmetrie), wurden als stereotypisch bezeichnet und stark kritisiert¹⁸⁷ (vgl. dazu Günthner 1992: 130; Ayaß 2008: 93ff.). Kritik erntete ebenfalls die stark generalisierende Annahme von einem „weiblichen“ und einem „männlichen“ Gesprächsstil¹⁸⁸, die die Missverständnisse in der Kommunikation zwischen Männern und Frauen begründen würde. Damit würde Tannen, so Ayaß (2008: 95), die „Geschlechterunterschiede im kommunikativen Verhalten und Handeln von Männern und Frauen [polarisieren] und [...] die Differenzen [überhöhen]“. Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass laut Tannen (1998) für Frauen die positive Höflichkeit im Vordergrund steht, da sie durch ihren Sprachgebrauch stets darum bemüht sind,

¹⁸⁶ Es muss hier angemerkt werden, dass das Buch von Deborah Tannen nicht zur wissenschaftlichen Literatur gezählt werden kann, sondern eher zu der sogenannten „Ratgeberliteratur“, da einerseits keine empirisch erhobenen Daten für die angeführten Beispiele vorliegen und sich diese Beispiele andererseits nur auf Kommunikation meist in privaten Beziehungen stützen. Das Buch fand aber, wie von Ayaß (2008: 87) angemerkt, eine sehr „große Resonanz“ in wissenschaftlichen Texten und wurde bzw. wird aus diesem Grund weiterhin sehr häufig zitiert, ohne dass es einer kritischen Betrachtung unterzogen wurde (vgl. dazu ebd.: 97ff.).

¹⁸⁷ Günthner (1992: 130) kritisiert in den Ausführungen von Tannen die Tatsache, dass durch die Darstellung der Frauen als harmoniebedürftig und intimitätsstrebend diese auf traditionelle Stereotype reduziert werden und somit das Bild der politisch desinteressierten und nicht durchsetzungsfähigen Frau bekräftigt wird.

¹⁸⁸ Tannen (1998: 78) verwendet die Begriffe „Beziehungssprache“ (*rapport-talk*) für die Frauensprache und „Berichtssprache“ (*report-talk*) für die Männersprache. Während laut Tannen (ebd.: 79) Frauen beim Sprechen daran interessiert seien, Beziehungen zu knüpfen und eine gemeinsame Basis zu schaffen, seien Männer bemüht, mit Hilfe der Sprache ihre Machtposition in der Hierarchie auszuhandeln und ihre Unabhängigkeit zu bewahren.

Gemeinsamkeiten zu schaffen und Solidarität zu betonen, für die Männer hingegen die Wahrung ihrer Unabhängigkeit relevant ist und sie folglich mehr negative Höflichkeitsstrategien verwenden (vgl. dazu auch Lorenzo-Dus 2001: 111).

Unabhängig davon, ob die Ergebnisse von Tannen (1998) empirisch belegt worden sind oder nicht, wird in der Geschlechterforschung immer wieder darauf hingewiesen, dass

[d]urch ihr Sprachverhalten [...] Männer und Frauen Geschlechtsunterschiede [schaffen] und [...] zur Herstellung von Differenz bei[tragen]. Wenn z.B. Frauen mit Minimalreaktionen [wie z.B. Hörersignale] andere stärker unterstützen, als Männer dies tun, stellen sie sich damit als kooperativ und beziehungsorientiert dar. (Braun 2004: 29)

Hinsichtlich der geschlechtsspezifischen Unterschiede im Zusammenhang mit Komplimenterwiderungen sind zwei wichtige Arbeiten zu nennen: die von Holmes (1988) und die von Herbert (1990). In ihrer Arbeit, die das Komplimentverhalten in Neuseeland untersucht, kommt Holmes (1988) zu dem Ergebnis, dass Frauen im Unterschied zu Männern signifikant häufiger Komplimente machen und erhalten und dass Komplimente unter Frauen am häufigsten ausgetauscht werden.¹⁸⁹ Sie findet aber keine signifikanten Unterschiede zwischen Frauen und Männern in Bezug auf die drei Hauptstrategien (ANNEHMEN, ABLEHNEN und AUSWEICHEN). Beiden Geschlechtern gemeinsam ist die Annahme des Kompliments mit einer Zustimmung als häufigste Reaktion, und die am seltensten verwendete Reaktion auf ein Kompliment ist seine Ablehnung durch das Infragestellen der Komplimentglaubwürdigkeit. Trotz der fehlenden Differenzen im Komplimenterwiderungsverhalten von Männern und Frauen in Bezug auf die drei Haupterwiderungsstrategien (s.o.) geht Holmes auf einige ihrer Meinung nach nennenswerte Unterschiede innerhalb der Hauptstrategien ein: Männer ignorieren häufiger Komplimente oder weichen ihnen aus, als dies Frauen tun. Diese Tatsache begründet die Autorin damit, dass in diesen Fällen das Kompliment als peinlich oder unangenehm empfunden wird. Die Vorliebe der männlichen Probanden für das Ignorieren des Kompliments begründet Holmes ebenfalls mit ihrer Annahme, dass Männer Komplimente häufig als *face threatening acts* betrachten, während Frauen diese als Zeichen bzw. Angebot von Solidarität sehen.

Herbert (1990) untersucht die geschlechtsspezifischen Unterschiede im Kompliment(erwiderungs)verhalten im amerikanischen Englisch und kommt zu dem Ergebnis, dass Komplimente, die von Männern ausgehen, häufiger akzeptiert werden als solche, die von

¹⁸⁹ Die Autorin führt bezüglich ihrer Ergebnisse selbst an, dass eine mögliche Ursache dafür der hohe Anteil der weiblichen Feldforscher sein könnte, die die Komplimente und ihre Antworten sammelten, zumal diese auch selbst an den Komplimentsituationen beteiligt waren.

Frauen ausgehen, vor allem, wenn diese Komplimente an Frauen gerichtet sind (vgl. ebd.: 212). Komplimente von Frauen dagegen werden durch eine alternative Antwort erwidert, wie z.B. durch Umleiten oder Abschwächen des Kompliments. Herbert kommt außerdem zu dem Ergebnis, dass das Geschlecht des Komplimentgebers bei der Wahl der Komplimentantwort von Bedeutung zu sein scheint.

Rees-Miller (2011: 2678) stellt in ihrer Untersuchung ebenso fest, dass Frauen mehr Komplimente geben und erhalten als Männer, und bestätigt somit die Ergebnisse von Holmes (1988). Ihr Datenkorpus besteht aus 397 Komplimenten, die unter Statusgleichen vorkommen. Die Frauen gaben 68,9% und erhielten 67,8% der Komplimente, während die Männer 31,1% der Komplimente gaben und 32,2% davon erhielten.

Im Folgenden wird auf die Ergebnisse aus deutschen Forschungsarbeiten über das geschlechtsspezifische Komplimenterwiderungsverhalten eingegangen. Es sei hier erneut angemerkt, dass in den meisten dargestellten Arbeiten lediglich das Geschlecht des Komplimentempfängers berücksichtigt wird. Nixdorf (2002) berichtet von keinen gravierenden, jedoch aber von „systematischen“ Geschlechterunterschieden: Eine überwiegend weibliche Komplimenterwiderungsstrategie ist „sich freuen“¹⁹⁰, eine überwiegend männliche hingegen „scherzen“. Als frauentypisch werden ebenfalls die ausweichenden Strategien „erklären“ und „zweifeln“ bezeichnet. Nixdorf merkt an, dass der Sprechakt der Komplimenterwiderung „höchstwahrscheinlich geschlechtsspezifisch“ sei, ihre Probandenzahlen jedoch zu unzureichend wären, um dies behaupten zu können.

Golato (2005) findet keine signifikanten Differenzen in den weiblichen und männlichen Reaktionen auf Komplimente in ihrem deutschen Korpus, weder hinsichtlich der Vorkommenshäufigkeit noch hinsichtlich der Vorliebe für bestimmte Strategien. Die Unterschiede in den Ergebnissen der Untersuchungen von Nixdorf und Werthwein liegen möglicherweise an den unterschiedlichen Datenerhebungsinstrumenten¹⁹¹: DCT, Auswahlantworten und Ratingskala bei Nixdorf und Konversationsanalyse bei Golato (vgl. dazu auch Werthwein 2009: 206).

Werthwein (2009: 145) analysiert das Komplimenterwiderungsverhalten von Australiern und Deutschen lediglich hinsichtlich folgender Personenkonstellationen Frau – Mann, Frau –

¹⁹⁰ Es wird hier die Schreibweise der Strategien nach Nixdorf (2002) beibehalten.

¹⁹¹ Es wurde bereits an anderer Stelle erwähnt, dass in den Ergebnissen von Golato (2002, 2005) auch andere Ergebnisse zu finden waren, wie z.B. das Fehlen von *appreciation tokens*, die sonst bei keiner der in diesem Kapitel präsentierten Arbeiten vorkamen.

Frau.¹⁹² Sie kommt zu dem Ergebnis, dass Australier und Australierinnen sehr ähnliche Komplimenterwiderungsstrategien aufweisen und Komplimente bevorzugt annehmen und am seltensten ablehnen. Dasselbe Bild zeichnet sich ebenfalls bei den deutschen Probanden ab: Sowohl die deutschen Frauen als auch die deutschen Männer nehmen Komplimente am häufigsten an und lehnen diese am wenigsten ab. An zweiter Stelle werden von den beiden Geschlechtern in den beiden Sprachgemeinschaften Kompromissstrategien eingesetzt, wobei die weiblichen Probanden mehr zu diesen Strategien greifen als die männlichen. Sowohl australische als auch deutsche Männer lehnen häufiger Komplimente von weiblichen Personen ab, als dies die beiden Frauengruppen tun. Im Großen und Ganzen benutzen die australischen Probanden dieselben Strategien, um auf Komplimente zu antworten, jedoch in unterschiedlicher Reihenfolge (vgl. ebd.: 146). Die deutschen Probanden wählen bis auf jeweils eine Ausnahme bei den weiblichen (Abwertung der Komplimentbewertung) sowie bei den männlichen Probanden (Nichtzustimmung) die gleichen fünf Strategien, jedoch ebenfalls wie die australischen Probanden in unterschiedlicher Präferenzreihenfolge. Werthwein kommt schließlich zu dem Ergebnis, dass das Geschlecht als soziokultureller Faktor sowohl auf das australische als auch auf das deutsche Komplimenterwiderungsverhalten einen Einfluss ausübt (vgl. ebd.: 147, 208), auch wenn sie bezüglich des Geschlechts des Komplimentempfängers und der Wahl der drei Hauptstrategien (ANNAHME, ABLEHNUNG und KOMPROMISS) keine signifikanten Ergebnisse findet. Die Tatsache, dass Frauen häufiger als Männer zu den Strategien aus dem Kompromissbereich greifen, erklärt Werthwein mit einem möglichen kontextsensiblen Umgang der Frauen mit den „wirksamen Zwänge[n] und höflichkeitsmaximierenden Aspekte[n]“ (ebd.: 231).

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass das Geschlecht eine wichtige Rolle bei der Wahl der Komplimentantworten spielt. Es üben aber auch andere Faktoren Einfluss auf das Komplimenterwiderungsverhalten aus, doch da die einzelnen Faktoren meist in Wechselwirkung zueinander stehen, ist es schwierig zu bestimmen, welcher von ihnen eine größere Rolle spielt.

¹⁹² Das Fehlen der Konstellation Mann – Mann ist damit zu begründen, dass die Autorin selbst die Interviews geführt hat, womit der weibliche Komplimentgeber zu erklären ist.

4.4.3 Macht (Power) / Status

Eine der Variablen, die laut Brown/Levinson (1987) die Wahl von Höflichkeitsstrategien beim Ausführen eines Sprechaktes beeinflussen, ist die Macht (*Power*)¹⁹³. Bekanntlich existieren in der Gesellschaft „Machtverhältnisse“ bzw. Hierarchien. Der Begriff „Hierarchie“ bzw. „Macht“ kommt im Zusammenhang mit folgenden Termini vor: „*power, social power, status, authority, dominance, status relationship, relationship power*“ (Fukushima 2002: 80, zit. nach Grein 2007: 139). Spencer-Oatey (1992: 9) merkt an, dass während für einige Autoren (z.B. Brown/Gilman 1977 oder Brown/Levinson 1987) die „Macht“ mit der Kontrolle über andere (*power of control*) sowie mit der Autorität allgemein in Zusammenhang gebracht wird, sie für andere mit der sozialen Stellung (*social status or rank*) in Verbindung steht und folglich der Begriff „Status“ verwendet wird (z.B. Cansler/Stiles 1981, zit. nach Spencer-Oatey 1992: 9). Der Status bzw. „der ‚kommunikative Rang‘ der Beteiligten“ kann „symmetrisch (Gleichberechtigung) oder asymmetrisch sein [...] (Überlegenheit, Unterlegenheit)“ (Holly 2001a: 1385). In dieser Arbeit wird im Folgenden der Begriff „Status“ verwendet. Grein (2007: 139) weist darauf hin, dass sich „[s]ozialer Status [...] in Deutschland über Bildungshintergrund, Arbeitswelt (Beruf und Einkommen) und Besitz [definiert]“ (vgl. dazu noch Kap. 6.2). Dasselbe kann für Bulgarien ebenfalls angenommen werden. Der Einfluss des Status auf die Komplimentantworten wurde für das neuseeländische und amerikanische Englisch bereits bei Holmes (1988, 1995) und Herbert (1990) untersucht, für Deutsch bei Werthwein (2009).

Holmes (1988, 1995) findet in ihrem neuseeländischen Korpus hauptsächlich Komplimente, die unter Statusgleichen vorkommen. Die Autorin verzeichnet keine signifikanten Unterschiede in der Anzahl der Komplimente, die an Personen mit höherem Status gerichtet werden, im Vergleich zu jenen, die Personen mit niedrigem Status gemacht werden. Interessant ist laut Holmes (1988: 457) jedoch, dass Frauen mit höherem Status fast zweimal mehr komplimentiert werden als Männer mit höherem Status¹⁹⁴, da man Frauen als weniger bedrohende Komplimentempfänger betrachtet, im Gegensatz zu Männern, die von beiden Geschlechtern als hochriskante Komplimentempfänger angesehen werden. Die Tatsache, dass Frauen im Allgemeinen als bevorzugte Komplimentempfänger gelten, begründet Trömel-Plötz

¹⁹³ Spencer-Oatey (1993: 30) merkt an, dass der Effekt, der die Macht auf die Realisierung von Sprechakten ausübt, größer bzw. tiefgründiger zu sein scheint als jener von der sozialen Distanz.

¹⁹⁴ Es ist hier auf die Ausführungen von Wolfson (1983) hinzuweisen, die andeutet, dass die Tatsache, dass Frauen mehr Komplimente als Männer erhalten, mit ihrer untergeordneten sozialen Stellung in der Gesellschaft zu interpretieren sei (vgl. Holmes 1995: 134). Wolfson (1983: 91) kommt außerdem zu dem Ergebnis, dass die meisten Komplimente unter Statusungleichen von der Person in der höheren Position ausgehen.

(1992, zit. nach Holmes 1995: 136) mit dem hohen Wert der Solidarität für Frauen als Gegensatz zu ihrem fehlenden Bedürfnis, Statusdifferenzen hervorzuheben. In Bezug auf die Komplimentthemen reduzieren Statusunterschiede generell die Wahrscheinlichkeit des Vorkommens von Komplimenten über das Aussehen. Unter Personen mit unterschiedlichem Status scheinen Komplimente über Fähigkeiten am unproblematischsten zu sein.

Herbert (1990: 217) stellt fest, dass unter Statusungleichen sowie unter jenen, deren Status nicht ausgehandelt werden muss, Komplimente am häufigsten angenommen werden. Die erhöhte Annahme von männlichen Komplimenten seitens der Frauen interpretiert er mit den Statusdifferenzen in zwischengeschlechtlichen Interaktionen, laut denen Männer den höheren Geschlechterstatus genießen, Frauen hingegen einen niedrigeren Status haben. Der Autor weist ebenfalls darauf hin, dass Komplimente unter Statusungleichen¹⁹⁵ gewöhnlich von Personen mit höherem zu Personen mit niedrigerem Status fließen, vor allem wenn es sich um Komplimente über Leistungen oder Fähigkeiten handelt, und diese meist ebenfalls angenommen werden. Komplimente unter Statusgleichen oder unter Personen mit ähnlichem Status hingegen werden mit einem anderen Antworttyp erwidert (*nonacceptance agreement* und *nonagreement*¹⁹⁶). Herberts Ergebnisse in Bezug auf den Status können jedoch nicht als maßgebend betrachtet werden, da er diese unter Studenten innerhalb seiner Feldforschung elizitiert hat und somit, wenn überhaupt, eher kleinere Statusunterschiede vermutet werden können (vgl. hierzu Duttlinger 1999: 368).

Gajaseini (1994) befasst sich in ihrer Untersuchung mit der Frage, inwieweit das Geschlecht und der Status des Komplimentgebers und -empfängers die Wahl der Komplimenterwiderungsstrategie von Amerikanern und Thailändern beeinflussen. Als Datenerhebungsmethode setzt sie einen DCT-Fragebogen mit 16 Situationen ein, wobei in acht der Situationen die Interaktanten einen gleichen Status haben, in den restlichen acht der Komplimentgeber einen höheren Status genießt. In allen Situationen wurde das Komplimentthema „Fähigkeiten/Leistungen“ konstant gehalten. Gajaseini stellt hinsichtlich des Status fest, dass mehr Komplimente akzeptiert werden, wenn der Komplimentgeber einen höheren Status hat. In Bezug auf das Geschlecht findet sie heraus, dass Komplimenten häufiger ausgewichen wird, wenn die Komplimentgeber weiblich sind, während männliche

¹⁹⁵ Herbert (1990) merkt im Zusammenhang mit diesen Komplimenten an, dass sie keine solidaritätsbekundenden Äußerungen wären, wie die Komplimente unter Statusgleichen, sondern eher als Ausdrücke guten Willens (*expression of good will*) oder als Lob (*praise*) gesehen werden können.

¹⁹⁶ Vgl. dazu die Klassifikation von Herbert in Kapitel 4.3.2.

Komplimentgeber häufiger das Ablehnen der Komplimente auslösen. Hinsichtlich der Komplimentannahme stellt sie keine Geschlechterpräferenz fest.

Werthwein (2009: 209) findet heraus, dass in ihren beiden Datenkorpora (in den deutschen und den australischen Daten) und in jeder Statuskonstellation (gleicher, höherer oder niedrigerer Status des Komplimentempfängers) fast alle Komplimenterwiderungsstrategien eingesetzt werden, sodass nicht angenommen werden kann, dass der Status auf die Auswahl der Erwiderungsstrategien einen Einfluss hat. Lediglich in Bezug auf den Einsatz von Humor sind laut der Autorin Alters- oder Statuspräferenzen zu verzeichnen. Da Werthwein selbst die Interviews durchgeführt hat, wird nicht deutlich, wie es zu den Komplimenten mit einem niedrigeren Status des Komplimentempfängers kam. Möglicherweise betrachtet die Autorin die Personen ohne universitären Abschluss als zu einer niedrigeren Hierarchiestufe gehörend oder ihr wurden während der Gespräche ebenfalls Komplimente von Personen mit höherem sozialen Status gemacht.

4.4.4 Soziale Distanz

Wierzbicka (1991: 70, zit. nach Spencer-Oatey 1996: 2) macht auf die mangelnde Definitionsklarheit in Bezug auf Begriffe wie *directness*, *indirectness*, *solidarity*, *intimacy* innerhalb der kontrastiven Pragmatik aufmerksam und kritisiert den Einsatz dieser Begriffe von Forschern ohne entsprechende Erklärungen. In Bezug auf die „soziale Distanz“ sind ebenfalls verschiedene Termini verbreitet, die Verwendung finden: *solidarity*, *closeness*, *familiarity*, *relational intimacy* (vgl. Spencer-Oatey 1996: 2), in der deutschsprachigen Literatur über Komplimente wird auch der Begriff „Beziehungsgrad“ synonym verwendet (vgl. Duttlinger 1999; Werthwein 2009). Die Autorin setzt sich mit der Frage auseinander, ob diese Begriffe äquivalent sind oder ob sie von verschiedenen Autoren unterschiedlich definiert werden, und kommt zu dem Ergebnis, dass der Anwendungsbereich des Begriffs „soziale Distanz“ breit aufgefächert ist.

Brown/Gilman (1977: 250) erläutern in ihrem Artikel z.B. die Solidarität anhand des Gebrauchs der Pronomen Du/Sie (tu/vous) und weisen darauf hin, dass

[d]as *T* der Solidarität [...] durch Häufigkeit des Kontakts sowie durch objektive Ähnlichkeiten hervorgerufen werden [kann]. Häufiges Zusammentreffen führt allerdings nicht notwendigerweise zum gegenseitigen *T*. Hier kommt es darauf an, ob durch den Kontakt die Entdeckung oder Herstellung geistiger Übereinstimmungen, anscheinend der Kern der Semantik der Solidarität, gelingt [Hervorhebungen im Original].

Brown/Levinson (2007: 79) betrachten die Häufigkeit der Interaktionen zwischen den Gesprächsteilnehmern ebenfalls als ausschlaggebend für die Bestimmung der sozialen Distanz. Jedoch ist die Ähnlichkeit bzw. die Differenz zwischen Sprecher und Hörer, wie von Spencer-Oatey (1996: 3) betont, das Hauptkriterium, welches von beiden oben genannten Autorenpaaren hervorgehoben wird. Im Großen und Ganzen gibt es sechs Komponenten, die die soziale Distanz bestimmen können und von Spencer-Oatey (1996: 7) zusammengefasst wurden (vgl. dazu auch Grein 2007: 142):

1. soziale Ähnlichkeit bzw. Differenz
2. Häufigkeit des Kontakts¹⁹⁷
3. Länge der Bekanntschaft bzw. Bekanntheitsgrad¹⁹⁸
4. Vertrautheit (wie gut man sich kennt)
5. Gefühl der Gleichgesinnung
6. Sympathie/Antipathie (*affect*)

Die Autorin merkt jedoch an, dass die Länge der Bekanntschaft sowie die Häufigkeit des Kontakts, bedingt z.B. durch das Zusammenarbeiten, keinesfalls ausschlaggebend für eine enge soziale Distanz sein können, wenn man sich ansonsten unsympathisch ist. Die „soziale Distanz“ als Variable, die die Wahl der entsprechenden Komplimenterwiderungsstrategien beeinflusst, wurde kaum untersucht. Als einzige geht Werthwein (2009) in ihrer Arbeit darauf ein.

Werthwein (2009: 209) analysiert australische und deutsche Komplimenterwiderungen von Fremden, Bekannten und Freunden. Ihre Ergebnisse zeigen, dass sich hinsichtlich der Gruppe der Freunde die Präferenzen in beiden Sprachgemeinschaften unterscheiden: Während die australischen Probanden zu Annahmestrategien greifen, bedienen sich die deutschen Probanden eher Ausweichstrategien, wenn sie auf Komplimente von Freunden reagieren. Was die anderen zwei Beziehungskonstellationen in Werthweins Korpus betrifft, so werden Komplimente unter Bekannten und Fremden ebenfalls am häufigsten angenommen, wohingegen die Ausweichstrategien am zweithäufigsten verwendet werden. Ablehnungen kommen in allen Beziehungskonstellationen selten vor. Werthweins Ergebnisse bestätigen

¹⁹⁷ Holmes (1995: 12) zählt die Häufigkeit des Kontakts ebenfalls zu den wichtigen Faktoren, die die soziale Distanz bestimmen.

¹⁹⁸ Der Begriff „Bekanntheitsgrad“ ist jedoch nicht mit „Beziehungsgrad“ zu verwechseln, da der erste lediglich als Distanzmarker fungiert, der zweite synonym für „soziale Distanz“ steht (vgl. Duttlinger 1999: 369).

sowohl die von Herbert (1990) in Bezug auf den Einsatz selbstlobvermeidender Strategien unter Bekannten in dem australischen Korpus als auch die Ergebnisse von Golato (2005) hinsichtlich der Tatsache, dass in den deutschen Daten die Zustimmung zum Kompliment unter Freunden präferiert wird (vgl. ebd.: 235), was ebenfalls auf die beiden anderen Beziehungskonstellationen zutrifft. Letztendlich sind es aber die Annahmestrategien (vor allem die Strategie der zustimmenden Bestätigung der Komplimentaussage), die für beide Sprachgemeinschaften im Vordergrund stehen, wenn es darum geht, auf Komplimente zu antworten.

In diesem Kapitel wurde deutlich, dass die verbalen Reaktionen auf Komplimente im Zusammenhang mit verschiedenen Faktoren betrachtet werden müssen, die diese in unterschiedlichem Ausmaß beeinflussen können. Die dargestellten Forschungsergebnisse haben gezeigt, dass zu den einflussreichsten Faktoren das Geschlecht, das Komplimentthema und auch der Status der Interaktanten gezählt werden müssen. Der Effekt, den die soziale Distanz auf die Komplimentantworten hat, wurde nicht genügend untersucht und es wird diesbezüglich angenommen, dass die soziale Distanz ihren Einfluss möglicherweise im Zusammenhang mit anderen Faktoren ausübt und kulturspezifisch ist (vgl. dazu Spencer-Oatey 1993). Vor allem in Situationen mit unterschiedlicher Statuskonstellation der Teilnehmer und großer Distanz zwischen ihnen ist es sicher am unproblematischsten, auf Komplimente mit konventionellen Antworten zu reagieren (wie z.B. „Danke“), da es dadurch am wenigsten zu Missverständnissen kommen kann (vgl. dazu auch Yakimova 2009).

Im empirischen Teil dieser Arbeit werden die in diesem Kapitel dargestellten Variablen bzw. Faktoren und ihr Einfluss auf die Komplimenterwiderungen analysiert und mit den Ergebnissen aus anderen Untersuchungen verglichen, um mögliche Gemeinsamkeiten und Unterschiede aufdecken zu können. Es muss jedoch angemerkt werden, dass je nach Untersuchung unterschiedliche Datenerhebungsmethoden und Klassifizierungssysteme eingesetzt worden sind und somit ein Vergleich der Ergebnisse im klassischen Sinne nicht möglich ist. Es können lediglich Tendenzen aufgezeigt werden, die für das bessere Verständnis der Unterschiede bedeutsam sein können.

5. Relevanz der Höflichkeitsmodelle für die Diskussion der Ergebnisse

In den vorausgehenden Kapiteln erfolgte die Darstellung der wichtigsten sprachtheoretischen Ansätze und Höflichkeitsmodelle¹⁹⁹ sowie der für diese Arbeit relevanten Forschungsliteratur zu Komplimentenwiderungen. Grundlegend für die Diskussion und Interpretation der aus der empirischen Untersuchung gewonnenen Ergebnisse sind das Höflichkeitsmodell von Brown/Levinson (1987) und vor allem das Maxime-Modell von Leech (1983), deshalb liegt das besondere Augenmerk dieses Kapitels auf der Beleuchtung der Relevanz dieser beiden Modelle. Auf die Bedeutung der restlichen theoretischen Ansätze für diese Arbeit wurde in den entsprechenden Kapiteln Bezug genommen.

In Kapitel 4 wurde die für diese Untersuchung herangezogene Klassifikation präsentiert, nach der die Zuordnung der gewonnenen Komplimentantworten zu bestimmten Strategien erfolgte. Betrachtet man die einzelnen Komplimentenwiderungsstrategien in dieser Klassifikation, so wird deutlich, dass das Höflichkeitsmodell von Brown/Levinson (1987) alleine nicht den nötigen Rahmen für eine vollständige Interpretation der Ergebnisse aus dieser Untersuchung liefern kann, da eine eindeutige Zuordnung aller Komplimentenwiderungsstrategien zu den einzelnen Höflichkeitsstrategien sich als schwierig erweist. Auf diese Problematik weist bereits Chen (1993: 59f.) hin. Er bemängelt an der Theorie von Brown/Levinson (1987), dass sie nicht in der Lage sei, Komplimentantworten zu erklären, die dem Kompliment ausweichen und folglich weder seine Annahme noch seine Ablehnung ausdrücken. Dies begründet er dadurch, dass die Vermeidung von Eigenlob, die eine mögliche Erklärung für das dem Kompliment Ausweichen wäre, in ihrem Modell nicht verankert sei. Der Autor weist aber gleichzeitig darauf hin, dass die Untersuchung von Pomerantz (1978) „a key to our understanding of Super Strategy 3“²⁰⁰ (ebd.) liefert. Während Pomerantz das Ausweichen in Bezug auf die Komplimente als eine Art Lösung betrachtet, Selbstlob zu vermeiden, vermutet Holmes (1986: 501), dass die Komplimentantworten, die keine Annahme des Kompliments darstellen,

¹⁹⁹ Es muss hier angemerkt werden, dass sowohl andere Sprechaktklassifikationen (z.B. die von Wunderlich 1978) als auch Höflichkeitsansätze (z.B. das Modell von Lakoff 1973, das Konversationsvertragsmodell von Fraser/Nolen 1986, das „Taktmodell“ von Arndt/Janney 1985, 1987, 1992, der postpragmatische Ansatz von Watts/Ide/Ehlich 1992 u. a.) bekannt sind, die für diese Arbeit nicht herangezogen wurden (vgl. ausführlicher zu den einzelnen Höflichkeitskonzepten Held 1995; Stolte 2005; Frank 2011; Fidancheva 2013).

²⁰⁰ Mit „Super Strategy 3“ ist bei Chen (1993) die Strategie „Deflecting“ gemeint. Sie umfasst lediglich die zwei Strategien „Doubting“ und „Explaining“ und ist nicht mit der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN aus der in dieser Arbeit angewandten Klassifikation identisch.

sondern dem Kompliment in irgendeiner Art und Weise ausweichen bzw. dieses sogar ablehnen, höchstwahrscheinlich als *face threatening acts* empfunden werden.

Hinsichtlich der einzelnen Komplimenterwiderungsstrategien stellt sich heraus, dass einige von ihnen eine direkte Entsprechung unter den Höflichkeitsstrategien²⁰¹ haben, wie z.B. die Strategien „Zustimmen“²⁰² und „Zurückgeben“²⁰³ aus dem ANNAHME-Bereich oder „Anbieten“ und „Scherzen“²⁰⁴ aus dem AUSWEICH-Bereich, und diese als positive Höflichkeitsstrategien betrachtet werden können. Andere hingegen, wie „Sichbedanken“, haben entweder keine direkte Entsprechung unter den positiven Höflichkeitsstrategien (vgl. hierzu auch Valtl 1986: 57) oder benötigen zusätzliche Erläuterungen („Sichfreuen“, „Aufmuntern/Ermutigen“), um präzise zugeordnet werden zu können. Der Dank wird trotz seiner fehlenden eindeutigen Entsprechung den positiven Höflichkeitsstrategien zugeordnet, weil er die Balance in der Interaktion wiederherstellt und zur beiderseitigen Wahrung des *face* (vom Komplimentempfänger und -geber) beiträgt. Die Strategie „Sichfreuen“ wird von Chen (1993: 58) als Zeichen einer gemeinsamen Basis zwischen den Interaktionspartnern gesehen, was mit dem ersten Mechanismus der positiven Höflichkeit im Zusammenhang steht (vgl. Kap. 3.3.2). Der Komplimentempfänger impliziert durch den Ausdruck von Freude, dass ihm die positive Bewertung des Komplimentgebers in Form eines Kompliments wichtig ist und er davon angetan ist. Die Strategie „Aufmuntern/Ermutigen“ kann ebenso als positive Höflichkeitsstrategie gesehen werden, weil sie m.E. zeigt, dass der Komplimentempfänger die Bedürfnisse des Komplimentgebers verstanden hat und auf diese eingeht, indem er ihm Mut zuspricht bzw. ihn aufmuntert. Problematisch ist, wie erwähnt, die Erklärung der Komplimenterwiderungsstrategien aus dem AUSWEICH-Bereich „Bestätigung suchen“, „Zweifeln“, „Ablenken“ und „Erklären“ im Rahmen des Höflichkeitsmodells. Was die ABLEHNUNGSTRATEGIEN betrifft, so verdeutlicht Chen (1993: 60), dass eine direkte Ablehnung („Nein“) nicht mit der „bald-on-record“- Strategie von Brown/Levinson erklärt werden kann, auch wenn man damit dem Anschein nach einen FTA begeht. Die Strategie „Herabsetzen“ wird vom Komplimentempfänger als eine Möglichkeit gesehen, Ehrerbietung zu zeigen, indem man

²⁰¹ Vgl. zu den positiven Höflichkeitsstrategien Kapitel 3.3.2 und zu den negativen Höflichkeitsstrategien Kapitel 3.3.3.

²⁰² Strategie Nr. 5 unter den positiven Höflichkeitsstrategien bei Brown/Levinson (1987).

²⁰³ Das Zurückgeben von Komplimenten wird als eine Art „verbales Geschenk“ betrachtet und somit der 15. Strategie von Brown/Levinson (1987) zugerechnet.

²⁰⁴ Diesen beiden Strategien entsprechen die Strategien Nr. 10 und Nr. 8.

sich selbst, die komplimentierte Leistung oder die Löblichkeit des Komplimentobjekts abwertet und dadurch sein eigenes *positive face* verletzt (vgl. Chen 1993).

Die Zuordnungsschwierigkeiten resultieren aber auch aus der Tatsache, dass in einer Komplimentsituation nicht nur das *face* des Komplimentempfängers, sondern auch das des Komplimentgebers berücksichtigt werden muss. Das ABLEHNEN des Kompliments z.B. kann einerseits als Ausdruck von Bescheidenheit seitens des Komplimentempfängers (vgl. Bescheidenheitsmaxime von Leech 1983) betrachtet werden, andererseits aber auch als Verletzung des *positive face* des Komplimentgebers, da die von ihm beabsichtigte Aufwertung des *positive face* des Komplimentempfängers misslungen ist. Ruhi (2006: 91f.) macht anhand von Beispielen aus ihrem türkischen Korpus deutlich, dass Komplimente nicht immer nur aus Bescheidenheit abgelehnt werden, sondern auch ein Ergebnis unhöflichen Verhaltens seitens des Komplimentempfängers, z.B. in Folge schlechter Stimmung, sein können. Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass trotz der Unzulänglichkeiten des Höflichkeitsmodells von Brown/Levinson (1987) einzelne Aspekte durchaus für die Analyse der gewonnenen Ergebnisse in Betracht gezogen werden können. Das Modell bietet vor allem durch sein *face*-Konzept einen geeigneten Rahmen für die Erklärung der Tatsache, dass einzelne Komplimente als Bedrohung des *face* wahrgenommen werden können.

Da aus den vorigen Überlegungen deutlich wurde, dass das Höflichkeitsmodell von Brown/Levinson (1987) nicht ausreicht, alle gewonnenen Komplimentantworten vollständig zu erklären, einige Autoren aber (Chen 1993; Nixdorf 2002; Metzger 2004; Chen/Yang 2010) für die Analyse ihrer Ergebnisse das Maxime-Modell von Leech (1983) erfolgreich herangezogen haben, wird im Folgenden dessen Relevanz für die Ergebnisinterpretation in dieser Untersuchung beleuchtet.²⁰⁵

Wie bereits Nixdorf (2002: 56) in Anlehnung an Chen (1993) gezeigt hat, lassen sich die gewonnenen Komplimentantworten gut in dem theoretischen Rahmen von Leechs Ansatz erklären, da die von ihm vertretene Höflichkeitsauffassung²⁰⁶ sowie ihre Hauptfunktion der

²⁰⁵ Ruhi (2006, 2007) schlägt ein „self-politeness“-Konzept mit drei Superstrategien (*Display Confidence*, *Display Individuality* und *Display Impoliteness*) vor, das eine Ergänzung der beiden Modelle von Brown/Levinson (1987) und Leech (1983) darstellen soll, um ihre Daten für das Türkische besser erklären zu können. Ihr Modell wird hier aus Platzgründen nicht dargestellt, einzelne Aspekte werden für die Analyse jedoch herangezogen. Einige Aspekte, die sie in ihr „self-politeness“-Konzept einbezieht (z.B. Stimmungslage des Komplimentempfängers, Emotionen), sind zwar einleuchtend, können bei schriftlichen Erhebungsverfahren aber m.E. kaum bestimmt und folglich auch nicht berücksichtigt werden.

²⁰⁶ Leech (1983) definiert Höflichkeit als strategische Konfliktvermeidung (*strategic conflict avoidance*).

Aufrechterhaltung von Harmonie mit der Funktion von Komplimenten und Komplimenterwiderungen bezüglich der Beziehungspflege zusammenfällt (vgl. Nixdorf 2002: 57). Chen (1993) verwendet Leechs Ansatz, um zu erklären, warum bestimmte Strategien eingesetzt werden, wenn Personen auf Komplimente antworten, und stellt die von ihm gewonnenen Ergebnisse als hauptsächlich durch die zwei Maximen motiviert dar, nämlich durch die Zustimmung- und die Bescheidenheitsmaxime. Während die Zustimmungmaxime Komplimentempfänger dazu bewegt, das Kompliment anzunehmen, ist die Bescheidenheitsmaxime für die Ablehnung des Kompliments verantwortlich. Das den Komplimenten Ausweichen sieht Chen (1993) zwischen der Zustimmung- und der Bescheidenheitsmaxime angesiedelt.²⁰⁷ Ruhi (2006) vertritt die Meinung, dass auch die restlichen Maximen eine wichtige Rolle beim Beantworten von Komplimenten spielen, vor allem die Takt- und die Sympathiemaxime.²⁰⁸ Ausgehend von der im Höflichkeitsmodell von Brown/Levinson (1987) festgelegten Definition von Höflichkeit als „attendance to the wants of the hearer“ (ebd.: 73) schlussfolgert Ruhi (ebd.), dass „any transfer of material or immaterial value between interlocutors necessarily relates to the second sub-maxim of the Tact Maxim (i.e., ‘maximize benefit to hearer’)“. Sie begründet außerdem die Zuordnung der ANNAHMESTRATEGIEN zu der Sympathiemaxime folgendermaßen:

„In the case of complimenting, this is natural since the Cer [complimenter, D.D.] offers value to the Cee [complimentee, D.D.] and the Cee offers something proportionate in return. In this manner, one could argue that the strategies in the acceptance category²⁰⁹ adhere to the Sympathy Maxim too, since they explicitly state or imply something good about the Cer and thus appeal to his/her feelings of self-worth.“ (Ruhi 2006: 73)

Es kann zweifelsohne festgehalten werden, dass der initiative Sprechakt des Kompliments sich durch die Anerkennungsmaxime von Leech (1983: 135) erklären lässt.²¹⁰ Es bleibt aber die Frage, wie die einzelnen Komplimentantworten den Maximen zugeordnet werden können bzw. wie sie sich durch die Maximen „decodieren“ lassen. Aus diesem Grund wird in der folgenden Tabelle in Anlehnung an Nixdorf (2002: 56f.) und Ruhi (2006) eine Zuordnung der

²⁰⁷ Dies entspricht der Selbstlobvermeidungsforderung von Pomerantz (1978).

²⁰⁸ Ruhi (2006: 74) schlägt sogar eine ihrer Meinung nach bessere Bezeichnung vor, die die Berücksichtigung der Gefühle und der Sichtweise des Komplimentempfängers einbezieht: Empathiemaxime.

²⁰⁹ Zu der *Acceptance*-Kategorie von Ruhi (2006) gehören folgende Strategien: *Praise upgrade, Agreement, Return, Offer, Appreciation (Appreciation, Smile, Kiss/Hug), Joke, Laughter* und Kombinationen von Strategien.

²¹⁰ Es muss hier aber angemerkt werden, dass die Anerkennungsmaxime nur die Komplimente erklären kann, die nicht ironisch gemeint sind.

einzelnen Komplimenterwiderungsstrategien aus der angewandten Klassifikation zu den Maximen von Leech vorgeschlagen, die später für die Interpretation der Ergebnisse zu Hilfe gezogen wird:

Tabelle 6: Zuordnung der Komplimenterwiderungsstrategien zu den Maximen von Leech (1983)

	Komplimenterwiderungsstrategie	zuständige Maxime (a) oder (b)²¹¹
ANNEHMEN	1. „Zustimmen“	Zustimmungsmaxime
	2. „Sichbedanken“	Zustimmungsmaxime + Anerkennungsmaxime/Taktmaxime + (kulturspezifisch: Bescheidenheitsmaxime)
	3. „Sichfreuen“	Zustimmungsmaxime + Sympathiemaxime
	4. „Zurückgeben“	Zustimmungsmaxime + Anerkennungsmaxime/Taktmaxime
	5. „Aufmuntern/Ermutigen“	Zustimmungsmaxime + Sympathiemaxime
	6. „A(nnehmen)-Erklären“	Zustimmungsmaxime
	Kombinationen K1	Zustimmungsmaxime + Anerkennungsmaxime/Sympathiemaxime
ABLENKEN/ AUSWEICHEN	7. „Anbieten“	Taktmaxime bzw. Großzügigkeitsmaxime
	8. „Scherzen“	Kompromiss zwischen Zustimmungs- und Bescheidenheitsmaxime + Taktmaxime/Großzügigkeitsmaxime
	9. „Bestätigung suchen“	Kompromiss zwischen Zustimmungs- und Bescheidenheitsmaxime
	10. „Zweifeln“	
	11. „Ablenken“	
	12. „Ablenken/Ausweichen- Erklären“	
	Kombinationen K2	
ABLEHNEN	13. „Nicht-Zustimmen“	Bescheidenheitsmaxime
	14. „Herabsetzen“	
	15. „Verlegenheit ausdrücken“	
	16. „ABL(ehnen)-Erklären“	
	Kombinationen K3	

²¹¹ Vgl. zu den einzelnen Maximen Kap. 3.2.

Es ist anzumerken, dass die Zuordnung der Komplimenterwiderungsstrategien zu den einzelnen Maximen nicht hundertprozentig sein kann²¹², da die kulturspezifischen Werte jeder einzelnen Sprachgemeinschaft sowie die Gewichtung des *face*²¹³ dabei von großer Relevanz sind. Darüber hinaus spielt der situative Kontext auch eine wichtige Rolle. Nixdorf (2002) macht ebenfalls auf die andere Gewichtung der Maximen je nach Kulturkreis bzw. Sprachgemeinschaft aufmerksam.

Die erste Komplimenterwiderungsstrategie in der angewandten Klassifikation ist die Zustimmung und somit durch die Zustimmungsmaxime motiviert (vgl. zu den folgenden Ausführungen Tabelle 6). Ruhi (2006: 68) bezieht in ihrer Analyse verstärkt das *face* des Komplimentempfängers und betrachtet die Zustimmungsmaxime nicht als die einzige Erklärung für Zustimmungen und Annahmen von Komplimenten. Sie weist darauf hin, dass diese vermutlich „may not be motivated by the Agreement Maxim but by self-presentational needs or situational constraints (e.g., to avoid sounding insincere by rejecting the C)“ (Ruhi 2006: 68). Als weiterer möglicher Grund für die Zustimmung nennt sie das Selbstvertrauen des Sprechers (in diesem Fall des Komplimentempfängers), vor allem wenn Komplimente unter Freunden oder engen Vertrauten ausgetauscht werden und die Zustimmung demzufolge nicht als arrogant empfunden wird. Der Dank als ANNAHMESTRATEGIE ist zwar keine direkte Zustimmung zum Kompliment, stellt aber ebenso eine klare Annahme des Kompliments dar. Ruhi (2006: 66) verweist darauf, dass der Dank je nachdem, aus welcher Perspektive er betrachtet wird, durchaus durch verschiedene Maximen motiviert sein kann. Wenn der Komplimentempfänger sich durch das Kompliment in der Schuld des Komplimentgebers sieht, dann kann der Dank eine Wiederherstellung des Gleichgewichts in der Interaktion auf der Kosten-Nutzen-Skala sein, da dadurch die Balance zwischen den Gesprächsteilnehmern wiederhergestellt wird. Somit kann der Ausdruck von Dankbarkeit durch die Taktmaxime auf der Kosten-Nutzen-Skala erklärt werden, weil dadurch der Nutzen für den anderen maximiert wird. Aus anderer Perspektive gesehen kann die Strategie „Sichbedanken“ aber auch unter die Anerkennungsmaxime eingeordnet werden („Maximiere die Wertschätzung des anderen“), da der Komplimentempfänger durch die Dankesäußerung den guten Willen des Komplimentgebers anerkannt hat. Je nach Kultur kann der Dank auch als Bescheidenheit

²¹² Dies wird auch von Fraser (1990) bestätigt, der darauf hinweist, dass andere Forscher ebenso auf dieselbe Schwierigkeit gestoßen sind.

²¹³ Die deutsche Sprachgemeinschaft ist eher individualistisch und somit ist die Wahrung des *negative face* wichtiger, die bulgarische hingegen ist eher kollektivistisch (obwohl eine individualistische Orientierung in den letzten Jahren deutlich sichtbar ist), und somit hat das *positive face* und seine Wahrung einen höheren Wert.

interpretiert werden, da der Komplimentempfänger dadurch vermeidet, nach dem Erhalt des Kompliments im Mittelpunkt zu stehen (ebd.).²¹⁴ Der Ausdruck von Freude über Komplimente verbindet die Annahme des Kompliments mit Gefühlen und Emotionen, die in diesem Fall verbal ausgedrückt werden und laut Ruhi (2006: 67) der Sympathiemaxime am nächsten stehen. Wenn man Gegenkomplimente als verbale Gegengeschenke betrachtet, die das *face* des Komplimentgebers aufwerten und etwas Gutes über ihn aussagen, dann können sie durch die Anerkennungs- sowie die Taktmaxime erklärt werden (vgl. dazu Ruhi 2006: 68). Im Falle eines Kompliments über das Äußere „Toll siehst du aus!“ (Situation 2) ist ein Gegenkompliment zu erwarten, weil dadurch Ausgewogenheit in der Beziehung der Gesprächspartner im Sinne der Zustimmungsmaxime von Leech („Maximiere die Übereinstimmung zwischen dir selbst und den anderen“) hergestellt und erhalten werden kann. Die Strategie „Aufmuntern/Ermutigen“ lässt sich m.E. im Rahmen des Höflichkeitsmodells von Brown/Levinson (1987) besser erklären, auch wenn sie als ANNAHMESTRATEGIE der Zustimmung- sowie der Sympathiemaxime zugeordnet werden kann.

Angebote erhöhen einerseits den Nutzen für den anderen (Taktmaxime) (vgl. Ruhi 2006: 65), gelten aber andererseits als „intrinsically ‘generous’“ (Großzügigkeitsmaxime), jedoch können sie auch unhöflich sein (vgl. Leech 2005: 13). Was Scherze betrifft, so können sie laut Ruhi (2006) eine implizite Annahme darstellen, in dieser Klassifikation werden sie jedoch zu den AUSWEICHSTRATEGIEN gezählt. Im Rahmen des Höflichkeitsmodells von Brown/Levinson (1987) gehören Scherze zu den positiven Höflichkeitsstrategien, mit der Voraussetzung einer vertrauten Beziehung zwischen den Interaktionspartnern. Humor kann auch als eine Möglichkeit betrachtet werden, „Beziehungsbedrohliches abzufedern und höfliche Distanz oder höfliche Wertschätzung zu kommunizieren“ (Kotthoff 2002: 289).

Die drei folgenden Strategien aus dem AUSWEICH-Bereich „Bestätigung suchen“, „Zweifeln“ und „Ausweichen-Erklären“ sowie die kombinierten AUSWEICHSTRATEGIEN können sowohl als Kompromiss zwischen der Zustimmung- und Bescheidenheitsmaxime gesehen werden als auch durch die Selbstlobvermeidungsforderung motiviert sein. Die erste Strategie setzt der Komplimentempfänger aus Unsicherheit oder aus dem Wunsch, eine erneute Komplimentbestätigung zu hören, ein, bei dem Gebrauch der zweiten ist die Unsicherheit vermutlich in stärkerem Maße vertreten. Die dritte Strategie dient hauptsächlich der

²¹⁴ Für die bulgarische und die deutsche Kultur kann der Dankbarkeitsausdruck jedoch nicht mit Bescheidenheit in Zusammenhang gebracht werden.

Eigenlobvermeidung, da durch solche Komplimentantworten die Empfänger versuchen, das von Pomerantz aufgestellte Dilemma zu lösen.

Alle Strategien, die unter der Hauptstrategie ABLEHNEN zu finden sind, können laut Chen (1993) durch die Bescheidenheitsmaxime erklärt werden. Bescheidenheit mag zwar der Auslöser vieler Komplimentablehnungen sein, ist aber nicht die einzige Erklärung dafür. Ruhi (2006: 70) führt als weitere mögliche Gründe für die Ablehnung von Komplimenten kognitive Dissonanz, Unstimmigkeiten, unberechtigte Intimität oder negative Emotionen an. Dazu kommen noch die jeweilige kommunikative Situation und die momentane Stimmungslage des Sprechers. Bereits Pomerantz (1978) hat angenommen, dass Ablehnungen mit niedrigem Selbstwertgefühl zu tun haben könnten. Spencer-Oatey/Ng/Dong (2000) kamen in ihrer Untersuchung ebenso zu dem Ergebnis, dass Ablehnungen mit mangelndem Selbstvertrauen assoziiert oder sogar als falsche Bescheidenheit empfunden worden sind.

Auch wenn Leechs Modell sich als gut geeignet erweist, die ANNAHME- und die ABLEHNUNGSSTRATEGIEN zu beschreiben, so ist die Zuordnung der AUSWEICHSTRATEGIEN zu den Maximen nicht einfach. Daher werden für die Diskussion und Interpretation der Ergebnisse die wichtigsten Aspekte aus den dargestellten theoretischen Ansätzen hinzugezogen, um das Komplimenterwiderungsverhalten im Deutschen und Bulgarischen zu beleuchten.

6. Datenerhebung

6.1 Vorüberlegungen zur Wahl der empirischen Methode

Die wichtigste Entscheidung, die bei einer empirischen Untersuchung getroffen werden muss, ist die Wahl des Erhebungsinstruments. Im Bereich der kontrastiven Pragmatik stehen folgende Datenerhebungsinstrumente zur Auswahl, wenn es sich um die Untersuchung der Produktion von Sprechakten handelt: Feldforschung bzw. Feldbeobachtung, elizitiertes Gespräch²¹⁵, Erinnerungsprotokolle (recall protocols), Interviews, Multiple Choice-Fragebögen, experimentelle Technik (experimental technique)²¹⁶, Rollenspiele (*role plays*) und Diskursergänzungsverfahren bzw. Diskursergänzungsfragebögen (*Discourse Completion Tests/Tasks*: DCT) etc. Das Modell der Critical Incidences (Cis) von Agar (1994) findet neuerdings auch Beachtung (vgl. hierzu Neuland 2011). Die Diskussion in Bezug auf die geeignetste Methode ist in der Forschungsliteratur sehr kontrovers. Die Auswahl des Erhebungsinstruments ist aber letztendlich davon abhängig, was genau untersucht wird. Im Folgenden werden die drei verbreitetsten Methoden der kontrastiven Pragmatik (Feldforschung, Rollenspiele und DCTs) mit ihren Vor- und Nachteilen kurz beschrieben sowie die Argumente für die Methodenauswahl für diese Arbeit dargelegt.

Die Feldforschung liefert ohne Zweifel authentisches Datenmaterial und erlaubt zugleich die Gewinnung von soziolinguistischen Daten (Alter, Geschlecht, Status, Situation, Kultur usw.). Jedoch kann die Gewinnung einer repräsentativen Datenmenge, wenn lediglich ein bestimmter Sprechakt untersucht wird, wie es in der vorliegenden Arbeit der Fall ist, mehrere Jahre dauern²¹⁷, da man, um die Vergleichbarkeit der Ergebnisse zu gewährleisten, auf identische Situationen, Handlungsbedingungen, Personenkonstellationen etc. achten müsste und dafür keine Garantie in der Feldforschung besteht (vgl. dazu Yuan 2001: 275; Grein 2007: 156). Als Nachteil erweist sich ebenfalls, dass weder Geschlecht noch Handlungsbedingungen wie

²¹⁵ Ausführlicher dazu Kasper (1998: 96).

²¹⁶ Vgl. ausführlicher dazu Turnbull (2001).

²¹⁷ Nurani (2009: 670) fasst in ihrem Artikel die Schwächen der „natural data collection“ zusammen und macht ebenfalls auf den Zeitfaktor aufmerksam: „the time consuming nature of data collection [is] known to be the main weakness [...] of natural data“. Wolfson/Manes (1980: 393) haben 950 Komplimente in einem Jahr gesammelt, während Herbert (1986) drei Jahre für das Sammeln von 1062 Komplimentantworten gebraucht hat. Durch die in dieser Arbeit eingesetzte Erhebungsmethode (DCT) wurden 1796 Komplimenterwiderungen innerhalb kürzester Zeit gesammelt. Das Sammeln dieser Anzahl von Komplimenterwiderungen durch Feldforschung in zwei Ländern hätte mehrere Jahre gedauert.

soziale Distanz (*social distance*) und Macht (*power*) bei der Feldforschung variiert und kontrolliert werden können. Yuan (2001: 275) bestätigt ebenfalls diesen Nachteil der Feldforschung: „[I]t is difficult to control the effect of the extraneous variables on the outcome of a study as the social relationship, power, distance, status, gender, and age differentials between interlocutors“. Beebe/Gummings (1996: 67) weisen in diesem Zusammenhang darauf hin, dass Feldnotizen in Bezug auf Status, Alter, ethnische Zugehörigkeit etc. häufig unsystematisch und die Daten teilweise unbekannt sind, sodass sie für die Auswertung nicht zur Verfügung stehen und man Gefahr läuft, nicht vergleichbare Situationen zu vergleichen. Zu erwähnen ist ebenfalls der Anspruch an die Feldforscher „to rely on their memory and observational skills“ (Golato 2005: 17), da in den meisten Fällen weder Audio- noch Videoaufzeichnungen gemacht werden können und die Feldforscher deshalb Schwierigkeiten haben, die genaue Formulierung aufzuschreiben (vor allem dann, wenn man die Äußerungen nicht unmittelbar nach dem Hören aufschreiben kann). Meistens werden Daten „nicht unvoreingenommen erhoben“ (Brehmer 2009: 124), sondern die Feldforscher konzentrieren sich auf bestimmte Merkmale, die sie beobachten, wodurch jedoch viele Details verloren gehen können, die z.B. für die Auswertung relevant sein könnten (vgl. dazu auch Werthwein 2009: 72; Katsuta 2012: 22).

Rollenspiele²¹⁸ stellen eine weitere Möglichkeit zum Erforschen der Komplimenterwiderungen, aber auch anderer Sprechakte, dar. Bei dieser Methode wird den Probanden eine Situation vorgegeben, in der ihnen bestimmte Rollen zugewiesen werden (z.B. Busfahrer – Fahrgast). Die Probanden müssen in Anlehnung an die Situationsbeschreibung ein kleines Rollenspiel inszenieren. Rollenspielen wird im Unterschied zum DCT Authentizität und Nähe zur natürlichen Konversation zugeschrieben.²¹⁹ Dass sie authentischer als mündliche DCTs seien, ist m.E. nicht haltbar, da es keine Beweise dafür geben kann, dass die Probanden in einer realen kommunikativen Situation auf dieselbe Art und Weise reagieren würden, wie sie das in dem Rollenspiel tun. Kasper (1998: 93) weist zudem auf ein Hauptproblem der offenen Rollenspiele hin: „[D]ie Teilnehmer agieren in einer imaginierten statt in einer realen Welt“. Nixdorf (2002: 70) führt ebenfalls aus, dass der „Proband in eine Rolle und Situation

²¹⁸ Hier ist anzumerken, dass es sich bei den Rollenspielen ebenso wie bei dem DCT um zwei Formen handelt: um eine offene und eine geschlossene Form, und dass die geschlossene Form „nichts anderes als eine mündlich durchgeführte Diskursergänzungsaufgabe“ ist (Kasper 1998: 94). Ausführlicher zu dem offenen Rollenspiel vgl. ebd.

²¹⁹ Siebold (2009: 296) begründet die Authentizität der offenen Rollenspiele mit der spontanen mündlichen Sprachproduktion, die von ihnen gefordert und erwartet wird (vgl. dazu auch Siebold 2008: 9f.). Die Sprachproduktion in Rollenspielen ist aber durchaus reflektiert und nicht wirklich „natürlich“.

hineingedrängt wird, die er vielleicht so nie erlebt hat“ (vgl. dazu auch Katsuta 2012: 22), was zu „gekünstelten“ Antworten führen könnte (vgl. Brehmer 2009: 101). Die Vorgabe der Situation durch den Forscher sowie die in vielen Fällen wahrscheinlich fehlende Motivation beim Ausführen der Interaktion seitens der Probanden können außerdem die Datenauthentizität verzerren (vgl. Henne/Rehbock 2011: 43). Erwiesenermaßen werden in Rollenspielen erhebliche Artefakte produziert (vgl. Bliesener/Brons-Albert 1994). Golato (2005: 16) bringt ein weiteres Gegenargument in Bezug auf Rollenspiele an, nämlich die fehlende Konsequenz für die Beteiligten, wenn sie sich direkter oder unhöflicher verhalten. Rollenspiele sind einerseits ein sehr arbeits- und zeitaufwändiges Instrument sowohl bezüglich der Vorbereitung als auch bezüglich der Organisation und Durchführung der Sprachaufnahmen und nicht zuletzt wegen der Auswertung der Daten, was von Siebold (2008: 10) als ihr Hauptnachteil bezeichnet wird. Andererseits zählt zu ihren Vorteilen, dass durch sie die Möglichkeit besteht, sowohl nonverbale Aspekte (Gestik, Mimik) als auch prosodische Merkmale (z.B. Intonation) zu berücksichtigen, die bei einem schriftlichen DCT leider nicht gegeben ist (vgl. dazu Siebold 2009: 296).

So wie die zwei bereits dargestellten Erhebungsinstrumente hat auch der Discourse Completion Test (DCT) seine Nachteile, die im Folgenden präsentiert werden. Der schwerwiegendste Kritikpunkt des DCT ist die „Nicht-Authentizität“ der gewonnenen Daten, weil durch den Zwang der Verschriftlichung die Spontaneität der Antwort verloren geht. Weigand (2003: 380) weist aber darauf hin, dass selbst die Transkription von natürlicher Konversation keine Beweise für Authentizität liefern kann.

There is no empirical evidence as such nor can it be achieved by transcription. The hope that evidence or some sort of truth can be gained by transcribing the authentic text as precisely as possible is an illusion. (Weigand 2003: 380, zit. nach Grein 2007: 158)

Zudem ist laut Kasper (2000: 318) „nicht authentisch“ keineswegs mit „ungültig“ gleichzusetzen. Dieser Kritikpunkt betrifft aber auch das Rollenspiel. Sicherlich ist ferner die „Stereotypität“ der einzelnen Äußerungen zu bemängeln, die jedoch in einer realen Kommunikation ebenfalls gegeben sein kann. Nixdorf (2002: 70) betrachtet das Elizitieren von stereotypen Äußerungen eher als Vorteil als als Nachteil, weil sie für den interkulturellen Vergleich am besten geeignet seien, „da sie kulturelle Werte widerspiegeln“ (ebd.).²²⁰ Ein weiterer Nachteil besteht darin, dass nonverbale und suprasegmentale Elemente sowie Körperhaltung, Mimik etc. durch den schriftlichen DCT nicht erfasst werden können. Jedoch ist

²²⁰ Dem schließt sich auch Katsuta (2012: 23) an: „DCTs and questionnaires were suggested to be best suited for the determination of social and cultural norms“.

der Einwand von Grein (2007: 159) berechtigt, dass die Vergleichbarkeit der Daten auch dann sehr schwierig wäre, wenn man diese Elemente berücksichtigen würde, weil man kein geeignetes Messkriterium dafür hätte. Held (1995: 209) bemängelt zudem den Verlust des interaktiven Charakters dieser Fragebogen-Methode, da eine weitere Reaktion auf die erfolgte Antwort ausbleibt.

Neben den oben aufgezählten Nachteilen des DCT sind aber auch seine Vorteile hervorzuheben. Zu den von Forschern oft erwähnten Vorteilen zählt zunächst die Möglichkeit, schnell und in kürzester Zeit große Datenmengen zu sammeln, die dann in schriftlicher Form vorliegen (vgl. Beebe 1985: 10; Beebe/Cummings 1996: 80; Gass/Houck 1999: 26; Lorenzo-Dus 2001: 111; Grein 2007: 155; Tang/Zhang 2009: 329).²²¹ Der DCT sollte aber auf keinen Fall als einfaches Erhebungsinstrument betrachtet werden, da nur das Sammeln der Daten schnell verläuft, das Erstellen und die Auswertung des Fragebogens jedoch einige Zeit beansprucht, vor allem wenn es sich um kontrastive Arbeiten handelt, da bei diesen auch Übersetzungen nötig sind. Beebe/Cummings (1996: 80) bezeichnen DCTs als „highly effective means of instrumentation“, da durch diese Methode semantische Formeln und Strategien gesammelt werden können, die in der natürlichen Kommunikation vorkommen. Eine solche Sammlung könnte für Fremdsprachenlerner durchaus nützlich sein, vor allem wenn es sich um gesellschaftlich angemessene Routineantworten handelt. Ein weiterer Vorteil, der bereits ausgeführt wurde, liegt in der „Möglichkeit der interkulturellen Vergleichbarkeit“ der Daten (Warga 2004: 14) und in der guten Übertragbarkeit des Situationskontextes in andere Kulturen, vor allem bei kontrastiven Arbeiten.

Die Validität von Discourse Completion Tests ist Gegenstand vieler Untersuchungen. Rose (1994) untersucht z.B., ob DCTs oder Multiple-Choice-Fragebögen besser geeignet sind, um Daten in nicht-westlichen Kulturen zu sammeln. Seine Studie beschäftigt sich mit Aufforderungen im Japanischen und Amerikanischen und zeigt, dass je nach eingesetzter Methode unterschiedliche Aufforderungsstrategien gewählt werden. Die mit dem DCT gesammelten Daten lieferten das Ergebnis, dass Japaner Aufforderungen direkter als Amerikaner ausdrücken, was den bisherigen Untersuchungen japanischer Interaktionen widerspricht, und dass aus diesem Grund der DCT wahrscheinlich nicht als geeignete Datensammlungsmethode für das Japanische gesehen werden kann.²²² Beebe/Cummings

²²¹ „Dieser arbeitstechnische Vorteil“ liefert laut Warga (2004: 13) die Erklärung für die Attraktivität dieses Erhebungsverfahrens für die Forschung.

²²² Der Autor weist jedoch darauf hin, dass weitere Untersuchungen nötig seien, um diese Ergebnisse eindeutig bestätigen zu können (vgl. Rose 1994: 10).

(1996: 65) berichten in ihrer Studie²²³, dass sich einige Forscher ebenfalls mit dem Vergleich zwischen den unterschiedlichen Methoden der Datensammlung innerhalb der „interlanguage pragmatics“ beschäftigt haben, wie z.B. Rintell/Mitchell (1989)²²⁴, die DCTs geschlossenen Rollenspielen gegenübergestellt haben und zu dem Ergebnis kamen, dass beide Methoden ähnliche Ergebnisse liefern. Bodman/Eisenstein (1988)²²⁵ entdeckten bei ihrem Vergleich, dass die durch DCTs gesammelten Äußerungen kürzer und weniger komplex sind als die durch Feldnotizen gesammelten Äußerungen²²⁶. Deshalb kommen Beebe/Cummings (1996: 67) zu dem Schluss, dass jede Methode zur Datensammlung von Sprechakten ihre Stärken und Schwächen aufweist. Die Autoren selbst finden in ihrer Studie heraus, dass die Häufigkeit der verwendeten semantischen Formeln oder Strategien sowohl in den Daten aus den Telefongesprächen als auch in den Daten, die mittels DCTs gewonnen wurden, sehr ähnlich ist. Daraus ergibt sich ihre Schlussfolgerung in Bezug auf das Einsetzen von DCTs als Datensammlungsmethode für natürliche Sprache: „native speakers of a language are in fact able to write stereotypical responses that reflect the values of the native culture“ (Beebe/Cummings 1996: 75). Obwohl der DCT in der Forschungsliteratur sehr oft kritisiert wurde, wird dieses Datenerhebungsverfahren vor allem seit dem *Cross-Cultural Speech Act Realization Project* (CCSARP) in vielen Untersuchungen im Bereich der interkulturellen Pragmatik eingesetzt (vgl. für Komplimenterwiderungen Chen 1993; Lorenzo-Dus 2001; Nixdorf 2002; Tang/Zhang 2009; Chen/Yang 2010 u.a.).

In Anbetracht der Tatsache, dass jede der dargestellten Methoden ihre Mankos aufweist und nicht in der Lage ist, durch die mit ihrer Hilfe gewonnenen Daten eine hundertprozentige Abbildung der sprachlichen Wirklichkeit darzustellen, sprechen folgende Gründe für das Einsetzen des Discourse Completion Tests als Erhebungsinstrument in dieser Arbeit:

1. Das schnelle Sammeln einer repräsentativen Datenmenge in kürzester Zeit in den untersuchten Sprachen (Bulgarisch und Deutsch).
2. Die Möglichkeit, denselben situativen Kontext für beide Kulturkreise zu verwenden und die sozialen Variablen „relative Macht“ bzw. „Status“ und „soziale Distanz“ sowie

²²³ Die Studie vergleicht die Ablehnungen, die mit Hilfe von DCTs gesammelt wurden, mit jenen aus Telefongesprächen.

²²⁴ Vgl. Beebe/Cummings (1996).

²²⁵ Vgl. Beebe/Cummings (1996).

²²⁶ M.E. übt nicht nur die Methode zur Datensammlung einen Einfluss auf die Länge der Äußerung in DCTs aus, sondern ebenso der jeweilige Sprechakt, der geäußert wird, sowie die soziale Distanz zwischen den Interaktionspartnern und viele andere Faktoren.

die Komplimentthemen in den einzelnen Situationen zu variieren, um ihren Einfluss auf die Strategien bei der Realisierung von Komplimenterwiderungen zu ermitteln.

3. Die Vergleichbarkeit der Ergebnisse, um mögliche Gemeinsamkeiten und Unterschiede in der Häufigkeit der Anwendung bestimmter Komplimenterwiderungsstrategien sowohl innerhalb der einzelnen Probandengruppen als auch zwischen den beiden Sprachgemeinschaften zu entdecken.²²⁷
4. Die Möglichkeit der Realisierung des Sprechakts in einem einzelnen Redebeitrag (vgl. Kasper 1998: 93).
5. Das erfolgreiche Einsetzen dieses methodischen Verfahrens in vielen kontrastiven Arbeiten, nicht nur zum Elizitieren von Komplimenterwiderungen (vgl. Chen 1996; Nelson/Al-Batal/Echols 1996; Nixdorf 2002; Lorenzo-Dus 2001; Tang/Zhang 2009 u.a.), sondern auch von anderen Sprechakten (z.B. Bitten, vgl. Held 1995; Ablehnungen, vgl. Grein 2007; Entschuldigungen und Aufforderungen, vgl. Blum-Kulka et al. 1989).
6. Die Vermeidung des Verstoßes gegen das „Beobachterparadoxon“ von Labov (1972)²²⁸ ist durch die schriftliche Form des Fragebogens gegeben.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass sich die DCT-Methode im Hinblick auf die Zielsetzungen dieser Arbeit und unter Berücksichtigung der genannten Einschränkungen als geeignet erweist, da der Hauptschwerpunkt auf der Produktion von Komplimenterwiderungen liegt.²²⁹ Grein (2007: 155) vertritt ebenfalls die Meinung, dass DCTs sich „in sprachübergreifenden Analysen“ anbieten. Es sei hier angemerkt, dass der Verfasserin dieser Arbeit durchaus bewusst ist, dass die durch diese Methode gewonnenen Daten keine tatsächliche Abbildung der Sprachverwendung in den untersuchten Sprachgemeinschaften darstellen, sondern lediglich auf dem Wissen der Probanden darüber beruhen (vgl. Günthner 2000: 47ff., Mulo Farenkia 2006: 41).

²²⁷ Vgl. dazu auch Nurani (2009: 674): „DCT lets researchers directly compare a large amount of data and draw generalization based on the comparison.“

²²⁸ Labov (1972: 209) weist auf das Ziel der linguistischen Forschung hin, das in sich ein Paradox darstellt, weil es einerseits darum geht, herauszufinden, wie Menschen sprechen, wenn sie nicht systematisch unter Beobachtung stehen, dieses Ziel aber andererseits nur durch eine systematische Beobachtung erreicht werden kann.

²²⁹ Nurani (2009: 674) hebt ebenfalls hervor, dass der DCT eine gute Methode ist, wenn es sich um Datenproduktion handelt.

6.1.1 Die angewandte Methode – Discourse Completion Test (DCT)

Diese Fragebogenform wurde durch den von Blum-Kulka et al. (1989) für das *Cross-Cultural Speech Act Realization Project* (CCSARP) entwickelten *Discourse Completion Test* bekannt. Das Ziel des CCSARP-Projekts war, die Untersuchung der Realisierung von Sprechakten (Entschuldigungen und Aufforderungen/Bitten) in möglichst vielen Sprachen, und zwar unter gleichbleibenden Bedingungen, sowie der Vergleich deren Realisierungen. Dabei wurden in den einzelnen Situationen die sozialen Variablen (*power* und *distance*) variiert, um ihren Effekt auf die Sprechaktrealisierung beobachten zu können.

Der DCT-Fragebogen hat die Form eines Dialogs, dem eine Beschreibung der Handlungssituation vorausgeht und der (schriftlich oder mündlich) vervollständigt werden muss. Dabei ist es wichtig, dass der Situationskontext so formuliert ist, dass genau die Sprechhandlung produziert wird, die auch erwartet wird. Im Rahmen des CCSARP-Projektes wurde der geschlossene DCT verwendet. Die beiden Fragebogenformen, die offene und die geschlossene, unterscheiden sich dadurch, dass bei der offenen Form den Probanden die Möglichkeit zur Äußerung eines Sprechaktes gegeben ist, aber der Verzicht darauf oder die Äußerung eines ganz anderen Sprechaktes ebenfalls legitim ist. Bei dem geschlossenen DCT hingegen wird das Äußern eines bestimmten Sprechaktes erwartet, welches durch die geschlossene Form²³⁰ zusätzlich gesteuert wird (vgl. folgendes Bsp.):

1b. AT THE PROFESSOR'S OFFICE

The student has borrowed a book from her professor, which she promised to return today. However, she realizes that she forgot to bring it along.

Professor: Miriam, I hope you brought the book.

Miriam: _____

Professor: Okay, but please remember it next time.

(Wolfson et al. 1989: 176)

Laut Rose (1992) bestehen keine signifikanten Unterschiede in Bezug auf die geäußerten Aufforderungen in den Daten, die durch DCTs mit Hörer-Antwort²³¹ und jene, die ohne Hörer-Antwort gewonnen wurden. Auf Grund dieser Ergebnisse und jener von Rintell/Mitchell (1989) wurde in dieser Arbeit auf den offenen schriftlichen DCT zurückgegriffen. Da der Pretest gezeigt hat, dass die Komplimente in dem Fragebogen unmissverständlich als solche

²³⁰ Es handelt sich dabei um ein sogenanntes „Sandwich-Verfahren“.

²³¹ Mit Hörer-Antwort ist hier die abschließende Partnerreplik gemeint.

verstanden wurden, wurde auf den expliziten Hinweis, dass als Reaktion eine Komplimenterwiderung erwartet wird, verzichtet. Jedoch wurde den Probanden die Möglichkeit eingeräumt, den Sprechakt nicht auszuführen (*opting out*) bzw. einen anderen Sprechakt zu realisieren (s. Fragebogen im Anhang I).

6.1.2 Pretest

Der für die Gewinnung der Komplimenterwiderungen eingesetzte Diskursergänzungsfragebogen wurde zunächst in einem Testlauf mit 21 Probanden: 10 Bulgaren (5 Frauen und 5 Männern) und 11 Deutschen (8 Frauen und 3 Männern) getestet.²³² Vier weitere Probanden kamen noch als Testpersonen für die allerletzte Version hinzu. Der ursprüngliche Fragebogen bestand aus 7 Situationen. Das Hauptziel des Pretests war, solche Situationen auszuwählen, die in beiden Kulturkreisen als realistisch und authentisch angesehen werden, um einerseits den künftigen Probanden das Sichhineinversetzen zu erleichtern und andererseits die Vergleichbarkeit der Daten zu gewährleisten. Für den Pretest wurde aus diesem Grund zusätzlich zu dem DCT ein weiterer Fragebogen zum Ankreuzen entwickelt (s. Anhang I), der folgende Fragen enthielt:

1. Ist die Situation realistisch für Bulgarien/Deutschland?
2. Ist das Kompliment in dieser Situation angemessen?
3. Klingt die wörtliche Rede des ersten Sprechers wie gesprochene Sprache? Wenn nicht, haben Sie einen besseren Vorschlag?

Die erste Frage betraf die Authentizität der einzelnen Situationen für beide Sprachgemeinschaften. Die zweite Frage verfolgte das Ziel, unangemessene Komplimente oder solche, die nicht als Kompliment²³³ empfunden wurden, auszuschließen. Es wurde in dieser Arbeit auf unangemessene Komplimente absichtlich verzichtet. Um diese erforschen zu können, müsste als Erstes ermittelt werden, welche Komplimente überhaupt als „unangemessen“ in der entsprechenden Sprachgemeinschaft gelten. Dies gehört jedoch nicht zu den Zielsetzungen der vorliegenden Arbeit, wäre aber sicher ein interessantes Thema für

²³² Es wurden alle vier Versionen des Fragebogens getestet: die beiden für die weiblichen Probanden (die Fragebögen BB und BA) sowie die beiden für die männlichen (die Fragebögen AA und AB).

²³³ Das ursprüngliche Kompliment in Situation 2 z.B. lautete: „Hey, lange nicht mehr gesehen! Du siehst gut aus, viel besser als beim letzten Mal, als ich dich gesehen habe!“. Einige Probanden haben den zweiten Teil des Kompliments eher als Beleidigung empfunden, deshalb wurde die Komplimentäußerung geändert.

weitere Untersuchungen. Mit der dritten Frage wurden Formulierungsunklarheiten beseitigt. Zudem wurde die Option eines besseren Formulierungsvorschlags gegeben, der nicht die Situationsbeschreibung selbst, sondern das Kompliment betraf. Im Anschluss an den durchgeführten Pretest wurde eine Situation weggelassen (Situation 5 im Pretest-Fragebogen), weil sowohl die deutschen als auch die bulgarischen Probanden das Kompliment als unpassend bzw. als unangemessen im Rahmen der Situationsbeschreibung und der vorgegebenen Personenkonstellation empfunden haben. In fast allen Situationen wurden nach dem Pretest Änderungen vorgenommen. Teilweise wurde die Situationsbeschreibung gekürzt, um die Motivation der Probanden zum Ausfüllen des Fragebogens nicht zu beeinträchtigen, teilweise handelte es sich um Umformulierungen der Komplimente, um entweder ihre Ausdruckskraft zu erhöhen (z.B. durch das Hinzufügen bestimmter Partikel) oder sie mehr an die gesprochene Sprache anzupassen. Die mit Hilfe des Pretests gewonnenen Komplimentantworten wurden nicht klassifiziert, da die Situationen nach dem Pretest umformuliert, ergänzt oder gekürzt wurden, folglich konnten diese Komplimenterwiderungen nicht zu den Ergebnissen gezählt werden, die mit dem überarbeiteten Fragebogen gewonnen wurden.

In einigen Situationen mussten sich die Probanden in Rollen hineinversetzen, in denen sie mit Sicherheit noch nicht waren.²³⁴ Es wurde aber weder in vorherigen Forschungsarbeiten, die das gleiche Erhebungsinstrument mit Variation der sozialen Variablen eingesetzt haben (vgl. Blum-Kulka u.a.: 1989; Lorenzo-Dus 2001), über Identifizierungsprobleme berichtet, noch haben die Teilnehmer am Pretest und auch die letztendlichen Probanden über solche geklagt. Lorenzo-Dus (2001: 112) weist zudem darauf hin, dass Schwierigkeiten bei den Reaktionen auf die eingesetzten Komplimente nicht aus der Nichtvertrautheit mit z.B. einer höheren Position resultierten, sondern eher aus der kulturellen Nichtvertrautheit.

Nicht nur die einzelnen Situationen wurden beim Pretest kritisch betrachtet, sondern auch die Anweisungen zum Ausfüllen des Fragebogens sowie die Möglichkeiten des *opting out*. Es war interessant zu erfahren, weshalb ein Kompliment, das als positive Höflichkeitsstrategie eingesetzt wurde, nicht beantwortet wird. Um einen Kommentar dazu zu bekommen, falls keine Komplimentantwort erfolgte, wurde eine schriftliche Begründung nach jeder Situation eingefordert „Wenn Sie **nicht antworten würden**, schreiben Sie das bitte auf und **begründen Sie weshalb**“ [Hervorhebungen im Originalfragebogen]. Auf eine Ankreuzmöglichkeit wurde

²³⁴ Es handelt sich hier um die Situationen, in denen sich die Probanden in die Rolle eines Betriebs- bzw. Abteilungsleiters/einer Betriebs- bzw. Abteilungsleiterin bzw. eines Chefs/einer Chefin hineinversetzen sollten.

dabei bewusst verzichtet, um zu verhindern, dass die Probanden es sich aus Bequemlichkeitsgründen einfacher machen und auf das Ausführen bzw. auf die Verschriftlichung des Sprechaktes verzichten, da das Ziel des Fragebogens war, möglichst viele Komplimentantworten zu sammeln, um eine quantitative Analyse zu ermöglichen.

Der endgültige Fragebogen wurde zunächst auf Deutsch verfasst und danach ins Bulgarische übersetzt. Um eventuelle sprachliche und kulturelle Unterschiede zwischen dem deutschen und bulgarischen Fragebogen gering zu halten, wurde die Methode der Rückübersetzung verwendet (vgl. dazu Haas 2009: 10). Der deutsche Fragebogen wurde von der Verfasserin (bulgarische Muttersprachlerin) ins Bulgarische übersetzt, der bulgarische Fragebogen wurde dann von einer Germanistik-Absolventin (Germanistikabschluss an einer deutschen Universität) und ebenfalls bulgarische Muttersprachlerin ins Deutsche rückübersetzt (ohne dass diese Person den deutschen Originalfragebogen kannte). Diese deutsche Version wurde dann mit der Originalversion verglichen, um eventuelle Änderungen vornehmen zu können sowie dementsprechend die Bedeutungsäquivalenz der deutschen und der bulgarischen Fragebogen-Version sicherzustellen.

6.2 Aufbau des Fragebogens

Der eingesetzte Fragebogen²³⁵ wurde mit dem folgenden Text eingeleitet:

Ich möchte mit Hilfe dieses Fragebogens im Rahmen meiner Doktorarbeit das sprachliche Verhalten von deutschen und bulgarischen Studenten untersuchen. Sie würden mir sehr helfen, wenn Sie sich 15-20 Minuten Zeit nehmen und den Fragebogen ausfüllen! Vielen Dank!

Wie dieser Einleitung zu entnehmen ist, wurde den Probanden das Untersuchungsziel der Arbeit nicht bekannt gegeben, um mögliche Verzerrungen der Ergebnisse zu vermeiden. Die einzigen ethnografischen Daten, die erhoben wurden, waren Geschlecht und Altersgruppe, um somit die Anonymität der Teilnehmer zu gewährleisten. Nach der Abfrage des Alters und des Geschlechts folgte eine Instruktion, die eine Hilfestellung beim Ausfüllen des Fragebogens leisten sollte.²³⁶

²³⁵ Der Fragebogen befindet sich im Anhang I. Der Originalfragebogen wurde um die Situationen gekürzt, mit deren Hilfe Ablehnungen erhoben wurden, da die Veröffentlichung dieser erst im Rahmen eines Folgeprojekts geplant ist.

²³⁶ In den meisten Fällen war die Autorin dieser Arbeit bei dem Verteilen der Fragebögen selbst anwesend und hat die nötigen Erklärungen gegeben.

Sie lesen die Beschreibung verschiedener Situationen. Versuchen Sie sich in diese Situationen hineinzusetzen und die erste Antwort, die Ihnen spontan einfällt, in wörtlicher Rede aufzuschreiben.

Dabei war es wichtig, dass die Probanden den Hinweis bekamen, ohne lange Überlegungen spontane wörtliche Rede aufzuschreiben, damit möglichst authentische Komplimentantworten gesammelt werden konnten.

Der eingesetzte DCT-Fragebogen bestand aus sechs Situationen zur Gewinnung von Komplimenterwiderungen und acht Situationen zur Gewinnung von Ablehnungen (vgl. hierzu FN 235). Es wurden vier Varianten des Fragebogens erstellt: zwei gleichgeschlechtliche (der Komplimentgeber und der Komplimentempfänger²³⁷ sind männlich (Fragebogen AA) oder weiblich (Fragebogen BB)) und zwei gegengeschlechtliche (der Komplimentgeber ist weiblich und der Komplimentempfänger männlich (Fragebogen AB) bzw. der Komplimentgeber ist männlich und der Komplimentempfänger weiblich (Fragebogen BA)). Die Fragebögen mit dem Anfangsbuchstaben A (AA, AB) wurden von den männlichen Probanden ausgefüllt, jene mit dem Anfangsbuchstaben B (BA, BB) von den weiblichen. Die gleichgeschlechtliche bzw. die gegengeschlechtliche Aufbereitung der Fragebögen sollte die Möglichkeit geben, eventuelle Geschlechterunterschiede im Komplimenterwiderungsverhalten sowohl in Bezug auf das Geschlecht des Komplimentempfängers als auch in Bezug auf das Geschlecht des Komplimentgebers herauszufinden.

Die eingesetzten Komplimenterwiderungssituationen wurden der bisherigen Komplimenterwiderungsforschung entnommen und entsprechend modifiziert²³⁸ (für Situation 1: vgl. Tang/Zhang 2009, Situation 4; für Situation 2: vgl. Chen 1993, Situation 1; für Situation 3: vgl. Lorenzo-Dus 2001, Situation 3; für Situation 6: vgl. Lorenzo-Dus 2001, Situation 2) oder nach Abbildung von beobachteten realen Situationen konstruiert (Situation 5).

Der Übersichtlichkeit halber werden die Erläuterungen zu den einzelnen Situationen tabellarisch dargestellt und im Folgenden erläutert.

²³⁷ Der erste Buchstabe steht für den Komplimentempfänger, der zweite für den Komplimentgeber, wobei A männlich und B weiblich bedeutet.

²³⁸ Keine der sechs Situationen wurde wortwörtlich übernommen.

Tabelle 7: Komplimenterwiderungssituationen

	Komplimenterwiderungssituation (KE-S)	Soziale Distanz (SD)	Soziales Beziehungsgeflecht	Status
1.	KE-S1 (Besitz – Handy)	-SD	Freund/-in – Freund/-in ²³⁹	x=y
2.	KE-S2 (Erscheinungsbild – Aussehen)	+SD	Bekannte/-r – Bekannte/-r	x=y
3.	KE-S3 (Fähigkeiten – Kochen)	-SD	Chef/-in – Angestellte/-r	x>y
4.	KE-S4 (Leistung – Hausarbeit)	+SD	Student/-in – Professor/-in	x<y
5.	KE-S5 (Erscheinungsbild – jüngerer Aussehen)	-SD	Angestellte/-r – Chef/-in	x<y
6.	KE-S6 (Besitz – Auto)	+SD	Chef/-in – Angestellte/-r	x>y

Die Ergebnisse der Komplimentforschung haben gezeigt, dass sich einige Themen besonders gut eignen, um in Komplimenten eingesetzt zu werden (vgl. Kap. 4.2.1), und zwar äußeres Erscheinungsbild (*appearance*)²⁴⁰, Leistungen und Fähigkeiten (*ability/skills*)²⁴¹ und Besitz (*possession*). Dies hat sich für bulgarische Komplimente ebenfalls bestätigt (vgl. Yakimova 2009). Aus diesem Grund wurden in dem Fragebogen jeweils zwei Situationen für die folgenden Themen eingesetzt: Besitz, äußeres Erscheinungsbild und Leistungen/Fähigkeiten (s. Tabelle 7). Die Komplimentthemen wurden außerdem möglichst geschlechtsneutral ausgesucht, damit sich vor allem die männlichen Probanden, die die gleichgeschlechtlichen Fragebögen ausfüllten, nicht unwohl bei der Antwort fühlten.²⁴²

²³⁹ An erster Stelle ist die soziale Rolle des Komplimentempfängers (x) und an zweiter die des Komplimentgebers (y) genannt.

²⁴⁰ Vgl. dazu auch Herbert (1989: 22).

²⁴¹ Da das Kompliment in Situation 4 über die gut gelungene Hausarbeit von einem Professoren/einer Professorin ausgeht, ist hier eine Unterscheidung zwischen „Kompliment“ und „Lob“ schwierig. Trotz des höheren Status des Komplimentgebers als Unterscheidungskriterium und des Komplimentthemas „Leistungen und Fähigkeiten“ wird der Sprechakt in dieser Situation von der Verfasserin als Kompliment behandelt, so wie dies Holmes/Brown (1987: 530, 538) tun. Duttlinger (1999: 118) bezeichnet positive Bewertungen, die vom Statushöheren zum Statusniedrigeren gemacht werden, die zudem nicht befreundet sind, als Lob. Jedoch würde so eine Definition dafür sprechen, dass positive Bewertungen, die in diese Richtung fließen und Leistungen bzw. Fähigkeiten betreffen, ausschließlich als Lob zu verstehen sind, solche, die vom Statusniedrigeren zum Statushöheren gemacht werden, jedoch durchaus als Komplimente gelten können.

²⁴² Komplimente über Aussehen, die von einem Mann ausgehen und an einen anderen Mann gerichtet sind, könnten vor allem in Bulgarien mit „Homosexualität“ in Zusammenhang gebracht werden. Dieses Thema gilt zwar nicht mehr als „Tabuthema“ in der bulgarischen Gesellschaft, wie dies vor der Wende 1989 der Fall war, ruft aber immer noch negative Konnotationen auch bei Vertretern der jüngeren Generation hervor.

In allen Situationen wurde zudem die Beziehung zwischen den beiden Interaktanten x (Sprecher²⁴³) und y (Hörer) bezüglich der Parameter „Status“/„Macht“ (*power*) und „soziale Distanz“ (*social distance*) variiert. Bei der Gestaltung der einzelnen Situationen wurden nach dem Modell des CCSARP-Projekts (1989) sechs verschiedene Rollenkonstellationen vorgegeben: (+SD), (x=y, x<y/x>y) und (-SD), (x=y, x<y/x>y). Der Parameter „Macht“ wird in dieser Arbeit lediglich im Zusammenhang mit dem „sozialen Status“²⁴⁴ der Interaktanten gebraucht, und zwar bezüglich der beiden Variablen Beruf (Situationen 3, 5 und 6) und Bildung (Situation 4)²⁴⁵. In den anderen zwei Situationen handelt es sich um einen gleichen Status. Folgende Statuskonstellationen finden in den sechs Situationen Berücksichtigung: Beide Interaktanten haben den gleichen Status (x=y), der Sprecher hat einen höheren Status als der Hörer (x>y) oder der Sprecher hat einen niedrigeren Status als der Hörer (x<y). Bezüglich des Komplimentverhaltens betont Wolfson (1983: 91), dass die meisten Komplimente unter Statusgleichen ausgetauscht werden: „[T]he overwhelming majority of all compliments are given to people of the same age and status as the speaker“²⁴⁶. Der Verfasserin ist aber bei vielen beobachteten Komplimentsituationen aufgefallen, dass dies nicht immer der Fall ist und Komplimente durchaus auch in anderen Statuskonstellationen vorkommen, jedoch mit unterschiedlichen Komplimentthemen. Deshalb wurden auch Komplimentsituationen eingesetzt, in denen der Komplimentgeber einen niedrigeren Status genoss und der Komplimentempfänger dagegen einen höheren und umgekehrt.

Der Parameter der relativen²⁴⁷ sozialen Distanz wurde in den einzelnen Situationen ebenfalls variiert. Die soziale Distanz resultiert aus dem Bekanntheitsgrad zwischen den Interaktanten und wird – wie bereits in Kapitel 4.4.4 erwähnt – von verschiedenen Komponenten beeinflusst. Für die Komplimenterwiderungssituationen in dem Fragebogen wurde die relative soziale Distanz wie in Tabelle 7 angenommen. Da in den einzelnen Situationen keine Partner oder ganz enge Vertraute vorkommen, wird der Begriff der „geringen sozialen Distanz“ nicht so eng gefasst. Dasselbe betrifft auch die „große soziale Distanz“, weil in den Situationen keine Komplimente von Fremden vorkommen. Zudem ist aus früheren Forschungsarbeiten von

²⁴³ Mit Sprecher ist hier der Komplimentempfänger gemeint (also die Person, die die Komplimenterwiderung äußert), mit Hörer der Komplimentgeber.

²⁴⁴ Im weiteren Verlauf der Arbeit werden die Begriffe „Macht“ und „Status“ synonym gebraucht.

²⁴⁵ Gräbel (1991: 133) weist auf die „drei klassischen Variablen Beruf, Einkommen und Bildung“ des Status hin. Für die Komplimenterwiderungssituationen ist das Einkommen jedoch nicht relevant.

²⁴⁶ Diese Tatsache wird auch von Holmes (1988) und Herbert (1990) bestätigt.

²⁴⁷ Relativ meint hier, dass sich die soziale Distanz im Laufe der Zeit ändern kann (z.B. wenn aus einer Bekanntschaft eine enge Freundschaft entsteht).

Wolfson (1988) bekannt, dass Komplimente unter Freunden und Bekannten am häufigsten anzutreffen sind, während Komplimente unter Fremden und engen Vertrauten (*intimates*) eher eine Seltenheit darstellen. Als ausschlaggebende Kriterien für eine geringe soziale Distanz (-SD) werden die Häufigkeit des Kontakts²⁴⁸ (privat oder beruflich bedingt) und die Vertrautheit zwischen den Gesprächspartnern betrachtet. Eine eindeutige Bestimmung der sozialen Distanz erweist sich trotzdem als schwierig, vor allem in Verbindung mit einem höheren Status. In diesen Situationen wurde versucht, die soziale Distanz durch die Situationsbeschreibung zu verdeutlichen.²⁴⁹ Große bzw. weite soziale Distanz (+SD) wird zwischen Fremden angenommen, die sich nie getroffen haben, sowie zwischen Bekannten, bei denen kaum oder lediglich selten Kontakt besteht, aber auch in Situationen mit hierarchischen Verhältnissen zwischen den Gesprächsteilnehmern. In den sechs Situationen kamen wie erwähnt Fremde als Situationsteilnehmer nicht vor, auch aus der Überlegung heraus, dass ein Kompliment von einer fremden Person je nach Komplimentinhalt als unangemessen und sogar als Belästigung verstanden werden kann. Geringe bzw. enge soziale Distanz wurde für die Situationen 1, 3 und 5 angenommen: Für Situation 1, weil es sich um Freunde handelt, für Situation 3 bedingt durch die Häufigkeit des Kontakts (Zusammenarbeit), aber auch durch die Situationsbeschreibung (kein Chef würde seine Angestellten nach Hause einladen und für sie kochen, wenn keine gewisse Nähe unter ihnen bestehen würde), für Situation 5 ergibt sich die geringe soziale Distanz aus der täglichen Zusammenarbeit im Büro. Eine große soziale Distanz wurde für Situation 2 bedingt durch den seltenen Kontakt (einmal im Jahr) angenommen, für Situation 4 resultiert dieselbe Distanz aus der Personenkonstellation Professor/-in vs. Student/-in und die gegebene Hierarchie, für Situation 6 ergibt sich die große soziale Distanz einerseits aus dem Unterschied in der Hierarchie (Chef/-in vs. Angestellter/Angestellte) und andererseits aus der unbestimmten Bezeichnung „einer Ihrer Angestellten“ in der Situationsbeschreibung.

²⁴⁸ Häufiges Zusammentreffen allein kann nicht als Kriterium für eine geringe soziale Distanz angenommen werden, da man durchaus Personen täglich begegnen kann, ohne diese überhaupt zu kennen.

²⁴⁹ Es sei angemerkt, dass laut Spencer-Oatey (1992: 21) weder unter Linguisten noch unter Psychologen ein Konsens in Bezug auf die eindeutige Unterscheidung von „engen“ und „entfernten“ Beziehungen besteht und je nach Autor unterschiedliche Zuordnungen unternommen werden. Vor allem hängt es von der jeweiligen Kultur ab, was unter „Freund“ bzw. „enger/guter Freund“ verstanden wird.

6.3 Gütekriterien der Datenerhebung

Eine empirische Untersuchung gilt laut Albert/Marx (2010: 28) als reliabel bzw. zuverlässig, wenn bei einem erneuten Messen unter den gleichen Bedingungen dasselbe Ergebnis erzielt wird. In der vorliegenden Untersuchung muss berücksichtigt werden, dass kulturelle Werte das Sprachverhalten beeinflussen und beides sich innerhalb einer Gesellschaft ständig entwickeln und verändern kann (vgl. dazu auch Grein 2007: 157). Unter Berücksichtigung dieser Einschränkung und der relativ großen Datenmenge für den Sprechakt (1796 Komplimenterwiderungen für beide Sprachen) kann diese Untersuchung als reliabel gelten, denn in Anbetracht der großen Zahl ist es hinreichend unwahrscheinlich, dass sich Verzerrungen auf Grund der zufälligen Zusammensetzung der Gruppe der Befragten ergeben hätten.

Unter Objektivität wird die Unabhängigkeit des Testverfahrens vom Messenden sowohl in Bezug auf die Erhebung als auch in Bezug auf die Auswertung und die Interpretation der Ergebnisse verstanden (vgl. dazu Grein 2007: 157; Albert/Marx 2010: 30). In Bezug auf die Erhebung liegt sie für diese Untersuchung dadurch vor, dass die Probanden Studierende in Lehrveranstaltungen waren, die die Verfasserin nicht kannten, und somit ein Verstoß gegen das „Beobachterparadoxon“ von Labov (1972) ausgeschlossen werden kann. Die Objektivität der Klassifizierung der einzelnen Komplimentantworten ergibt sich aus der Tatsache, dass diese für die beiden Probandengruppen zusätzlich zu der Verfasserin durch jeweils zwei Muttersprachler (männlich und weiblich) pro Sprache klassifiziert wurden, ohne dass sie die Zuordnung der Verfasserin kannten. Die „Problemfälle“ wurden danach zusätzlich mit weiteren Personen besprochen.

Die eingesetzte Methode kann als valide angesehen werden, weil sie einerseits bereits bei mehreren Untersuchungen von unterschiedlichen Sprechakten erfolgreich eingesetzt wurde (vgl. Kap. 6.1), und andererseits, weil sie die Ergebnisse liefert, die die einzelnen Fragestellungen der Arbeit beantworten können. Um die interne Validität zu gewährleisten, wurde außerdem auf folgende Aspekte geachtet: auf die angemessene Kürze des Fragebogens sowie auf das Nicht-Bekanntgeben des Untersuchungsziels und auf das einsprachige Aufwachsen der Probanden (vgl. ausführlicher dazu Kap. 6.4).

Es muss jedoch berücksichtigt werden, dass zwischen den oben erwähnten Gütekriterien keine exakte Trennung möglich ist, da sie „häufig ineinander[greifen]“ (Albert/Marx 2010: 28). Zum Geltungsbereich der Untersuchung vgl. den folgenden Punkt.

6.4 Probanden

Insgesamt wurden 320 Fragebögen ausgewertet²⁵⁰, 160 von deutschen Probanden und 160 von bulgarischen. Die Fragebögen wurden in der jeweiligen Muttersprache und in dem entsprechenden Herkunftsland ausgefüllt. Sowohl in der deutschen als auch in der bulgarischen Gruppe ergab sich bedingt durch die vier Varianten des Fragebogens folgende Probanden-Aufteilung: 80 Männer und 80 Frauen. Die männlichen und die weiblichen Gruppen in jeder Sprachgemeinschaft bestanden außerdem aus jeweils zwei Untergruppen: aus einer gleichgeschlechtlichen und einer gegengeschlechtlichen Gruppe mit jeweils 40 Probanden pro Gruppe.

Das deutsche Datenmaterial wurde von Juni bis Juli 2010 gesammelt, das bulgarische von September bis Oktober 2010. Es wurden Daten an der Philipps-Universität Marburg in folgenden Fachbereichen erhoben: FB 09 – Germanistik und Kunstwissenschaften, FB 21 – Erziehungswissenschaften, FB 12 – Mathematik und Informatik und FB 04 – Psychologie erhoben. In Bulgarien fand die Datenerhebung an drei verschiedenen Hochschulen in Varna statt: an der Wirtschaftsuniversität, an der Technischen Universität und an der Marine Akademie sowie am International University College in Dobritsch. Die Daten wurden von der Verfasserin in Absprache mit den jeweiligen Dozenten in den Veranstaltungen der Studierenden erhoben sowie teilweise auf informellem Wege ergänzt. Es wurde sowohl darauf geachtet, dass die Probanden einsprachig aufgewachsen sind, um kulturbedingte Einflüsse zu vermeiden, als auch darauf, dass sie keine Linguistik studieren, um mögliche durch ihr fachliches Hintergrundwissen bedingte Kenntnisse auszuschließen. Selbstverständlich beherrschten alle der Probanden eine oder mehrere Fremdsprachen, es wurde jedoch angenommen, dass ihr Einfluss auf das Sprachverhalten, wenn überhaupt vorhanden, so gering sei, dass er im Gegensatz zu bilingual Aufgewachsenen nicht zu berücksichtigen ist. Es ist hier noch einmal anzumerken, dass die Probanden die Verfasserin nicht kannten und dass es ihnen frei überlassen war, ob sie den Fragebogen ausfüllen wollten oder nicht. Auch hatten sie keine Vorteile von ihrer Teilnahme an der Untersuchung.

Die Wahl von Studenten als Teilnehmer an der Studie basiert auf der Überlegung, dass die zwei Gruppen (die deutsche und die bulgarische) in Bezug auf Alter und Ausbildungshintergrund gut vergleichbar sind, was die Gruppe relativ homogen macht und dazu beiträgt, diese Faktoren konstant zu halten (vgl. Chen 1993: 52; Held 1995: 206; Nixdorf 2001: 77). Zudem waren

²⁵⁰ Es wurde eine Auswahl aus den ausgefüllten Fragebögen getroffen. Unvollständig ausgefüllte Fragebögen wurden nicht berücksichtigt.

studentische Probanden arbeitstechnisch einfacher als andere Gruppen zu erreichen. Es muss hier jedoch betont werden, dass die empirische Untersuchung keinen Anspruch auf Generalisierbarkeit der Ergebnisse auf andere Sprechergruppen in beiden Sprachgemeinschaften erhebt.

In der folgenden Abbildung ist die Anzahl der Probanden nach Altersgruppen dargestellt.

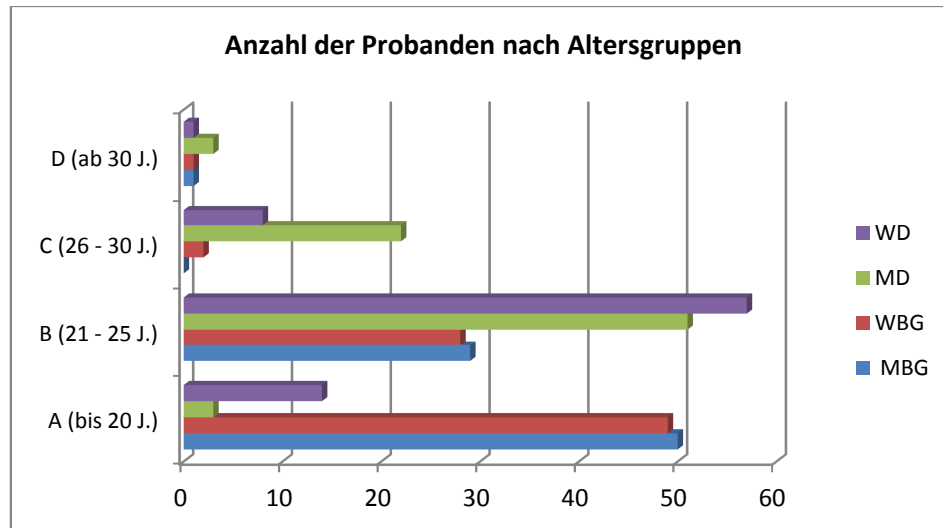


Abb. 11: Anzahl der Probanden in den vier Altersgruppen (A-D)

Die Tatsache, dass die größte Altersgruppe der bulgarischen Probanden bis 20 Jahre und die zweitgrößte von 21 bis 25 Jahre ist, kann damit erklärt werden, dass die bulgarischen Absolventen direkt nach der Schule, also mit 18 Jahren, das Studium beginnen und in der Regel mit 22-23 Jahren ihren Abschluss machen. Bei den deutschen Probanden sieht die Verteilung anders aus. Die Mehrzahl der Probanden gehört der zweiten Altersgruppe (21-25 J.) an, relativ gut vertreten ist auch die dritte Gruppe (26-30 J.). Es ist ersichtlich, dass an der Befragung kaum Probanden teilgenommen haben, die älter als 30 Jahre waren.

6.5 Auswertung

Alle Daten wurden in Excel 2010 erfasst, die relevanten Ergebnisse befinden sich im Kapitel der Datenauswertung sowie im Anhang. Jeweils eine deutsch- und eine bulgarischsprachige Variante der vier Versionen des Pretests und der vier Versionen des zur Datenerfassung eingesetzten Fragebogens befinden sich ebenso im Anhang. Die bulgarischen Komplimentantworten wurden zusätzlich übersetzt. Die Komplimenterwiderungen aus den beiden Datensets wurden nach der in Kapitel 4.3.5 dargestellten Taxonomie klassifiziert. Beispielantworten aus den untersuchten Sprachen befinden sich im Anhang. Alle Antworten wurden jeweils nur einer Kategorie zugeordnet, auch wenn sich das eindeutige Zuordnen in

Einzelfällen als schwierig herausgestellt hat. Als ausschlaggebend für die Zuordnung der kombinierten Strategien zu den Hauptstrategien ANNEHMEN, ABLENKEN/AUSWEICHEN und ABLEHNEN diene in den meisten Fällen die erste Strategie. Kombinationen aus den Unterstrategien des ANNAHME- und des ABLEHNUNGs-Bereichs wurden – wie an anderer Stelle schon erläutert – dem AUSWEICH-Bereich zugeordnet.

Ein geeigneter statistischer Test, der häufig eingesetzt wird, wenn es sich um die Analyse von aus Befragungen gewonnenen Daten handelt, ist der sogenannte Chi-Quadrat-Test. Mit diesem Test kann herausgefunden werden, ob zwischen zwei Variablen auf Nominalskalenniveau, für die die Vorkommenshäufigkeit gezählt wurde, eine Beziehung besteht (Albert/Marx 2010: 130). Für die Berechnungen der Chi-Quadrat-Werte wurde der Online-Kalkulator von der Vanderbilt University verwendet.²⁵¹ Für die Berechnungen nach Cramér's V wurde ebenso eine Online-Kalkulation verwendet.²⁵²

Im folgenden Kapitel werden die gewonnenen Untersuchungsergebnisse präsentiert.

²⁵¹ Quelle: <http://www.quantpsy.org/chisq/chisq.htm> (20.12.2013).

²⁵² Quelle: <http://vassarstats.net/newcs.html> (21.01.2014).

7. Datenauswertung

Die Analyse der Komplimenterwiderungen in dieser Arbeit beruht auf insgesamt 1796 Komplimentantworten, die mittels Discourse Completion Test (DCT) gewonnen wurden. 928 davon wurden von den bulgarischen Probanden geäußert und 868 von den deutschen. Die Unterschiede in der Anzahl der Komplimenterwiderungen trotz gleicher Gruppengröße (jeweils 160 Probanden²⁵³ pro Sprache) ist mit der Tatsache zu erklären, dass die deutschen Probanden viel häufiger als die bulgarischen darauf verzichtet haben, eine Komplimentantwort aufzuschreiben. Stattdessen haben sie die Möglichkeit des *opting out* genutzt, um zu erklären, weshalb sie auf eine Antwort verzichten (D – 9,06%, BG – 3,13%). Es wurde in den beiden Probandengruppen insgesamt 124 Mal auf eine Komplimentantwort verzichtet.²⁵⁴ Dieses Ergebnis widerlegt m.E. die Vermutung von Adachi (2011), dass fehlende Komplimentantworten nur in der natürlichen Kommunikation zu finden sind.²⁵⁵ Bis auf zehn Komplimenterwiderungen (0,56%) konnten alle in beiden Probandengruppen gegebenen Antworten den drei Hauptstrategien: ANNEHMEN, ABLENKEN/AUSWEICHEN und ABLEHNEN²⁵⁶ bzw. der Strategie „Ignorieren“ zugeordnet werden. Die nicht zu kategorisierenden Antworten wurden der Kategorie „Andere Interpretationen“ zugeteilt. Die Strategie „Ignorieren“ wurde außerhalb der Hauptstrategien ausgelagert. Der Grund dafür war, dass diese Strategie nur in Situation 2 vorkam. Das Vorkommen in dieser Situation kann vermutlich damit begründet werden, dass das Kompliment mit einem Gruß und einer anschließenden Befindlichkeitsfrage

²⁵³ Die maximal erwartete Anzahl von Komplimentantworten wäre bei 160 Probanden pro Sprache und 6 Komplimenterwiderungssituationen in jedem Fragebogen 960 Antworten pro Sprachgemeinschaft gewesen.

²⁵⁴ Die Möglichkeit des *opting out* wurde insgesamt 118 Mal genutzt, in den restlichen sechs Fällen wurde weder ein Kommentar noch eine Komplimentantwort aufgeschrieben.

²⁵⁵ In Anbetracht der Tatsache, dass mehr als 40% der Komplimente in Adachis Untersuchung (2011) keine verbale Antwort erhalten haben (Adachi benutzt für ihre Datensammlung soziolinguistische Interviews sowie Gruppenaufnahmen), ist ein gewisser Einfluss der Erhebungsmethode sicherlich nicht auszuschließen.

²⁵⁶ Die drei Hauptstrategien werden der übersichtlichen Darstellung halber in Großbuchstaben hervorgehoben.

eingeleitet wurde²⁵⁷, die dementsprechend beantwortet wurden, wobei das Kompliment hingegen ignoriert wurde²⁵⁸.

In diesem Kapitel erfolgt zunächst die Darstellung der Datenauswertung der einzelnen Situationen, die differenziert nach Sprachgemeinschaft und nach Geschlecht erfolgt (Kap. 7.1). Wie in Kapitel 4.4 ausgeführt, werden Komplimentantworten von verschiedenen Faktoren beeinflusst. Aus diesem Grund setzen sich die folgenden Unterkapitel mit dem Einfluss des Komplimentthemas (Kap. 7.2), des Status (Kap. 7.3) und der sozialen Distanz (Kap. 7.4) auf die Komplimentantworten auseinander. Der Einfluss dieser Faktoren wird dabei einerseits im Zusammenspiel mit dem Geschlecht und andererseits im Zusammenhang mit den Sprachgemeinschaften betrachtet. Anschließend wird in Kapitel 7.5 das Komplimenterwiderungsverhalten der bulgarischen und deutschen Männer und der bulgarischen und deutschen Frauen zusammenfassend dargestellt, wobei der Einfluss der drei Komplimentthemen, des Status und der sozialen Distanz erneut mitberücksichtigt wird. Die geschlechtsspezifischen Besonderheiten sowohl innerhalb der jeweiligen Sprachgemeinschaft als auch zusammenfassend für beide Sprachgemeinschaften runden das Unterkapitel ab. Kapitel 7.6 stellt eine kontrastive Analyse der Komplimenterwiderungsstrategien in beiden Sprachgemeinschaften dar, um mögliche Gemeinsamkeiten und Unterschiede bei ihrem Einsatz aufdecken zu können.

7.1 Analyse der einzelnen Situationen

Der Schwerpunkt der Datenanalyse in diesem Unterkapitel liegt auf der Darstellung der Distribution und Vorkommenshäufigkeit der einzelnen Komplimenterwiderungsstrategien in den vier Probandengruppen (in der Gruppe der bulgarischen Männer (MBG), der bulgarischen Frauen (WBG), der deutschen Männer (MD) und der deutschen Frauen (WD))²⁵⁹. Darüber hinaus werden die Gemeinsamkeiten und Unterschiede beim Einsatz dieser Strategien

²⁵⁷ Situation 2 wurde Chen (1993) entnommen und modifiziert. Bei Chen fließt der Gruß jedoch in die Situationsbeschreibung ein und es wird dementsprechend nur auf das Kompliment reagiert und nicht auf den Gruß.

²⁵⁸ Duttlinger (1999: 360) berichtet über ein ähnliches Phänomen in ihren spanischen Daten. Sie führt an, dass in den Fällen, in denen in dem Redebeitrag neben dem Kompliment eine andere Äußerung enthalten ist, die Reaktion des Sprechers sich auf diese Äußerung bezieht und das Kompliment einfach ignoriert wird.

²⁵⁹ Die geschlechtsspezifische Gruppenaufteilung in Kapitel 7.1 richtet sich nach dem Geschlecht des Komplimentempfängers. Auf die Darstellung der Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien in den vier Probandengruppen aufgeteilt nach dem Geschlecht des Komplimentgebers wird verzichtet.

zwischen den einzelnen Gruppen aufgedeckt. Die Analyse, die in jeder der sechs Situationen erfolgt, erlaubt zudem, den Einfluss aus der gleichzeitigen Wechselwirkung der Variablen in Betracht zu ziehen, die sich auf die Komplimentantworten auswirken können und in den einzelnen Situationen variiert wurden: Komplimentthemen, Status und soziale Distanz. Die Reihenfolge der Situationen-Analyse entspricht nicht jener im DCT-Fragebogen, sondern richtet sich nach den drei Komplimentthemen. In diesem Kapitel wurde wegen der geringen bzw. fehlenden Werte bei einzelnen Strategien auf statistische Tests verzichtet.

Situation 1

Sie haben ein neues Handy zum Geburtstag geschenkt bekommen. Als Sie einen Anruf bekommen, bemerkt eine Freundin, dass Sie ein neues Handy haben. Sie schaut es sich an, probiert einige Funktionen aus und sagt danach: „Wow! Was für ein schickes Handy! Meins hat nicht so viele Funktionen. Echt toll!“²⁶⁰

Sie antworten: _____

In dieser Situation ist das Komplimentthema ein Besitzgegenstand, Komplimentempfänger und -geber haben den gleichen Status ($x=y$), sie sind befreundet und demzufolge besteht zwischen ihnen eine geringe soziale Distanz (-SD). Deutsche Männer haben in dieser Situation am häufigsten die Möglichkeit des *opting out* genutzt (12,5%), im Unterschied zu den bulgarischen Frauen, die komplett darauf verzichtet haben.

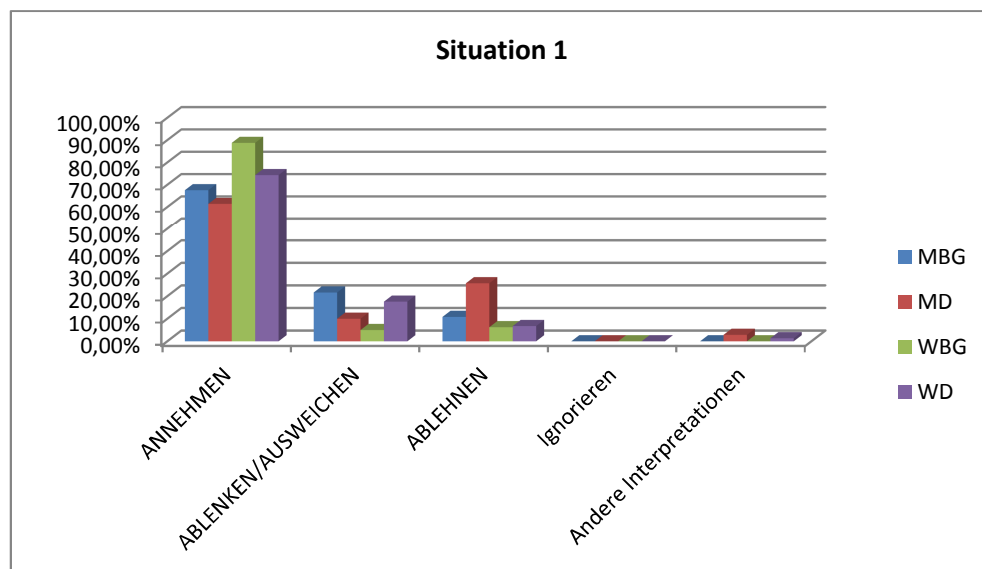


Abb. 12: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien in Situation 1

²⁶⁰ Die Situationen werden im Folgenden dem Fragebogen AB entnommen, es handelt sich dabei um einen weiblichen Komplimentgeber und einen männlichen Komplimentempfänger.

Wie Abbildung 12 zeigt, ist ANNEHMEN die am häufigsten eingesetzte Hauptstrategie²⁶¹ in dieser Situation, und zwar in allen vier Probandengruppen. Die bulgarischen Frauen sind aber diejenigen, die das Kompliment über das neue Handy am häufigsten angenommen haben (88,75%)²⁶², gefolgt von den deutschen Frauen (74,32%) und den bulgarischen Männern (67,57%). Aus der Abbildung ist außerdem zu ersehen, dass deutsche Männer dieses Kompliment am seltensten angenommen haben (61,43%).

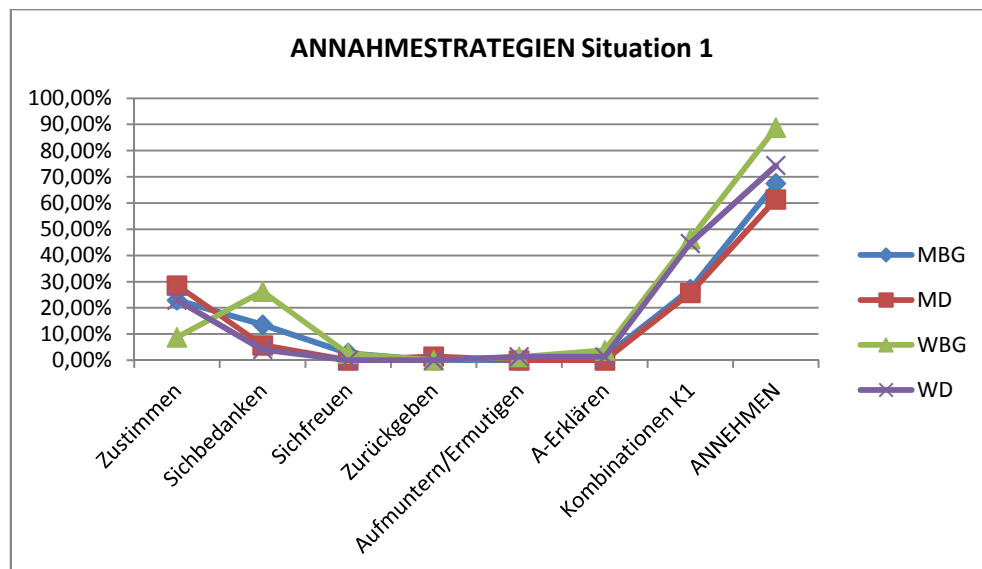


Abb. 13: Distribution der ANNAHMESTRATEGIEN in Situation 1

Die häufigste ANNAHMESTRATEGIE aller Probandengruppen, ausgenommen die bulgarischen Frauen, ist die Zustimmung (MD – 28,57%, MBG – 22,97%, WD – 22,97%) (vgl. Abb. 13). Die bulgarischen Frauen bedanken sich lieber für Besitzkomplimente (WBG – 26,25%) und stimmen ihnen dafür weniger zu (WBG – 8,75%). Zwischen den männlichen Probandengruppen ist ein deutlicher Unterschied im Gebrauch der Dankesäußerung zu erkennen (MBG – 13,51%, MD – 5,71%). Am seltensten kommt das Danken unter den deutschen Frauen zum Einsatz (WD – 4,05%). Auffällig in dieser Situation ist die Tatsache, dass weder die deutschen Männer noch die deutschen Frauen über Besitzkomplimente explizit Freude äußern. In Kombination mit anderen Strategien kommt die Strategie „Sichfreuen“ nur einmal unter den männlichen

²⁶¹ Die Hauptstrategien ANNEHMEN, ABLENKEN/AUSWEICHEN und ABLEHNEN beinhalten die einzelnen Unterstrategien und die Kombinationen aus dem jeweiligen Bereich.

²⁶² Zur besseren Nachvollziehbarkeit der Ergebnisse werden Prozentwerte, die den Abbildungen nicht zu entnehmen sind und auch nicht in Tabellen im Text folgen, im Fließtext in Klammern gesetzt. Um die bessere Übersichtlichkeit und Vergleichbarkeit der Ergebnisse jedoch zu gewährleisten, befindet sich die Tabelle, in der die Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien in den einzelnen Situationen dargestellt ist, im Anhang III.

deutschen Probanden vor. In anschließenden Gesprächen mit einigen männlichen Probanden kam heraus, dass gerade das Kompliment über das Handy negativ aufgefasst wurde. Folgende Antwort wurde von einem Probanden aufgeschrieben: „Dieses Handy hätte ich mir nie gewünscht. Befasse dich lieber mit der Strahlenbelastung als dich von der Technik beeindrucken zu lassen!“. Dazu kamen in den Fällen, in denen keine Antwort aufgeschrieben wurde, Kommentare wie: „Ich würde nichts dazu sagen, da ich Bescheidenheit sehr wichtig finde.“, „Weil ich nicht arrogant wirken möchte.“, „Ich würde nicht darauf antworten, weil ich nicht angeben möchte.“, „Weil ich mich unwohl fühlen würde...“. Es wurde aus den Gesprächen zudem deutlich, dass sich die befragten deutschen Männer offensichtlich nicht über Statussymbole definieren möchten. Unter den bulgarischen Probanden findet die Äußerung von Freude gleich häufig Verwendung (MBG – 2,70%, WBG – 2,50%). Das Gegenkompliment wird als reine Strategie²⁶³ nur von den deutschen Männern eingesetzt, kommt aber vereinzelt auch in Kombination mit anderen Strategien vor. Interessant ist ebenso die Tatsache, dass sich nur die Frauen in beiden Sprachgemeinschaften der Strategie „Aufmuntern/Ermutigen“ bedienen (WBG – 1,25%, WD – 1,35%). Erklärungen als Komplimentannahme sind bei den bulgarischen Frauen am häufigsten zu finden und gar nicht bei den deutschen Männern (WBG – 3,75%, MBG – 1,35%, WD – 1,35%, MD – 0%).

Betrachtet man die kombinierten Strategien im ANNAHME-Bereich, so ist es offensichtlich, dass sie von den weiblichen Probanden nahezu doppelt so häufig eingesetzt werden wie von den männlichen (WBG – 46,25%, WD – 44,59%, MBG – 27,03%, MD – 25,71%). Was die kombinierten Strategien betrifft, so machen sowohl die bulgarischen Männer als auch die bulgarischen Frauen am häufigsten von der Kombination „Sichbedanken“ + „A-Erklären“ Gebrauch (MBG – 55%, WBG – 51,35%), gefolgt von „Zustimmen“ + „A-Erklären“ (MBG – 20%, WBG – 16,22%). Diese beiden Kombinationen werden von den deutschen Probanden ebenso am häufigsten präferiert, allerdings in umgekehrter Reihenfolge: „Zustimmen“ + „A-Erklären“ (WD – 42,42%, MD – 38,89%), gefolgt von der Kombination „Sichbedanken“ + „A-Erklären“ (WD – 36,36%, MD – 16,67%).

²⁶³ Da die Komplimenterwiderungsstrategien nicht nur alleine, sondern auch kombiniert vorkommen, wird in der folgenden Analyse die Aufteilung in reine und kombinierte Strategien unternommen. Die reinen Strategien bestehen aus einer Komplimenterwiderungsstrategie (z.B. „Zustimmen“), die kombinierten hingegen aus zwei oder mehr Strategien (z.B. „Zustimmen“ + „Zurückgeben“).

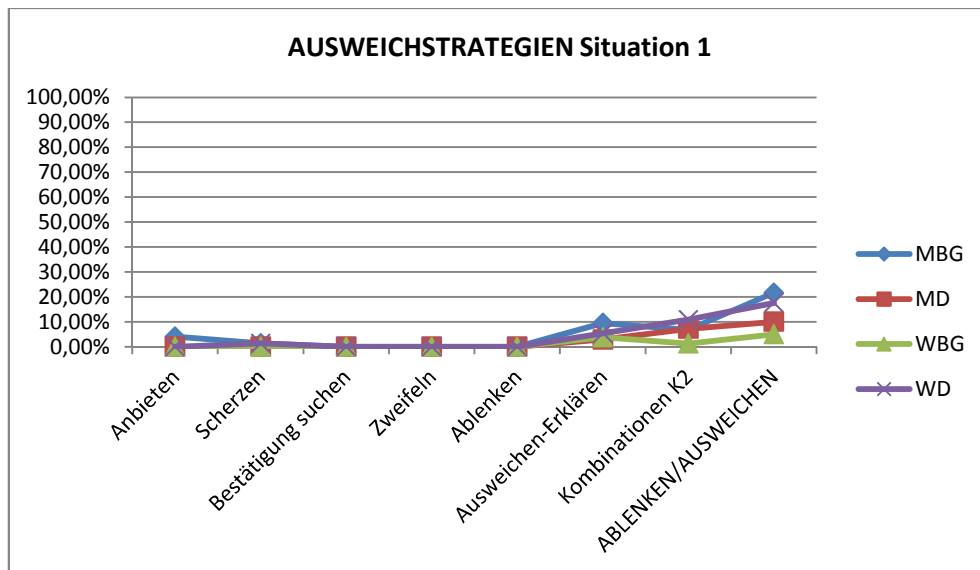


Abb. 14: Distribution der AUSWEICHSTRATEGIEN in Situation 1

Für die Auswahl einer Strategie aus dem AUSWEICH-Bereich entscheiden sich am häufigsten die bulgarischen Männer (21,62%), gefolgt von den deutschen Frauen (17,57%). Es zeigt sich, dass deutsche Männer in dieser Situation zweimal weniger zu AUSWEICHSTRATEGIEN greifen (10%) als die bulgarischen, um auf Besitzkomplimente zu antworten (vgl. Abb. 12). Am seltensten weichen bulgarische Frauen diesen Komplimenten aus (5%), was einen deutlichen Unterschied zu dem Einsatz dieser Strategien in den anderen drei Gruppen darstellt. Innerhalb der Unterstrategien des AUSWEICH-Bereichs bedienen sich alle Gruppen am häufigsten der Strategie „Ausweichen-Erklären“ (MBG – 9,46%, WD – 5,41%, WBG – 3,75%, MD – 2,86%) (vgl. Abb. 14). Drei der Unterstrategien („Bestätigung suchen“, „Zweifeln“ und „Ablenken“) finden in dieser Situation gar keine Verwendung. Gescherzt wird sehr selten und lediglich von den bulgarischen Männern und den deutschen Frauen (1,35%). Was auffällt, ist aber die Strategie „Anbieten“, die nur von den bulgarischen Männern eingesetzt wird (4,05%). Anscheinend interpretieren bulgarische Männer das Kompliment über das neue Handy als indirekte Bitte, wie dies z.B. über syrische Komplimentantworten belegt wurde (vgl. Nelson/Al-Batal/Echols 1996). Die männlichen bulgarischen Probanden haben in Situation 1 folgende Angebote geäußert: „Wenn du es haben willst, gehört es dir.“, „Ich kaufe dir ein Neues.“ (geäußert gegenüber einer Frau) und „Wenn mir ein anderes gefallen sollte, gebe ich dir dieses.“²⁶⁴ (geäußert gegenüber einem Mann).

²⁶⁴ Der Proband hat hier noch die Anmerkung gemacht: „Wenn ich nicht antworten würde, bedeutet dies, dass es mir unangenehm ist.“

Kombinierte AUSWEICHSTRATEGIEN sind unter den deutschen Frauen am häufigsten anzutreffen, wohingegen diese unter den bulgarischen Frauen eine Seltenheit darstellen (WD – 10,81%, MD – 7,14%, MBG – 6,76%, WBG – 1,25%).

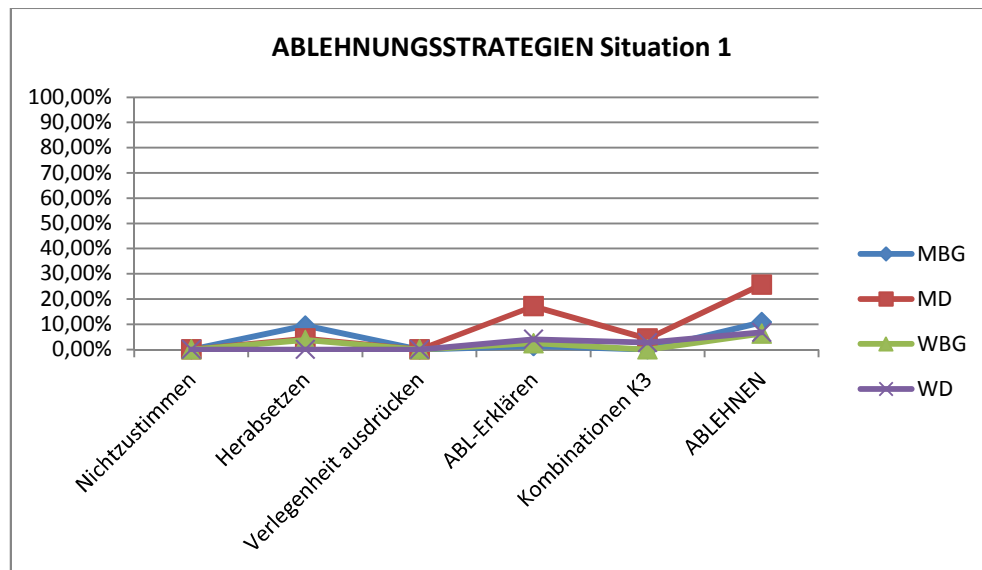


Abb. 15: Distribution der ABLEHNUNGSSTRATEGIEN in Situation 1

Im Bereich des ABLEHNENS fallen die deutschen Männer auf, die mit 25,71% das Kompliment über das Handy abgelehnt haben (vgl. Abb. 15). Nahezu zweimal weniger wird das Kompliment von den bulgarischen Männern abgelehnt (10,81%). Die weiblichen Probanden ähneln sich hinsichtlich ihrer Präferenz für Ablehnungen und setzen diese gleich häufig ein (WD – 6,76%, WBG – 6,25%). In Bezug auf die Unterstrategien in diesem Bereich zeigt Abbildung 15, dass ihr Vorkommen in den vier Probandengruppen unterschiedlich ausfällt. Während die deutschen Männer Besitzkomplimente meist mit einer Erklärung ablehnen (MD – 17,14%), setzen die bulgarischen Männer sowie die bulgarischen Frauen am häufigsten die Strategie „Herabsetzen“ ein (MBG – 9,46%, WBG – 3,75%). Die deutschen Frauen bedienen sich einer einzigen Strategie aus dem ABLEHNUNGS-Bereich, und zwar der Strategie „ABL-Erklären“. Zwei der ABLEHNUNGSSTRATEGIEN kommen überhaupt nicht vor: „Nichtzustimmen“ und „Verlegenheit ausdrücken“, wobei an dieser Stelle angemerkt werden soll, dass letztere nur einmal im ganzen Korpus vorkommt. Drei Komplimentantworten konnten in dieser Situation keiner Strategie zugeordnet werden: „Schade!“, „Schade für Dich!“ und „Finde den Fehler!“. Da keine non-verbalen und prosodischen Mittel durch die angewandte Methode erhoben wurden, lassen sich diese drei Äußerungen keiner der drei Hauptstrategien eindeutig zuordnen und wurden deshalb der Kategorie „Andere Interpretationen“ zugezählt. Kombinationen von Antworttypen bei der Komplimentablehnung werden nur von den deutschen Probanden

verwendet (MD – 4,29%, WD – 2,70%). Es handelt sich dabei um die Kombination der Strategien „Herabsetzen“ und „ABL-Erklären“.

Situation 6

Sie sind Betriebsleiter in einer Firma und sind heute zum ersten Mal mit Ihrem neuen Auto auf der Arbeit. Nach der Arbeit sieht Sie eine Ihrer Angestellten in das Auto einsteigen und sagt: „Was für ein tolles Auto!“

Sie antworten: _____

Im Unterschied zu Situation 1 handelt es sich hier um einen ungleichen Status zwischen dem Komplimentempfänger und -geber, wobei der Komplimentempfänger den höheren Status genießt ($x > y$), und um eine große soziale Distanz (+SD) zwischen den Interaktanten. Sowohl die deutschen Männer als auch die deutschen Frauen (MD – 18,75%, WD – 15%) haben häufiger als ihre bulgarischen Pendanten einen Kommentar statt einer Komplimentantwort aufgeschrieben (MBG – 3,75%, WBG – 2,5%).

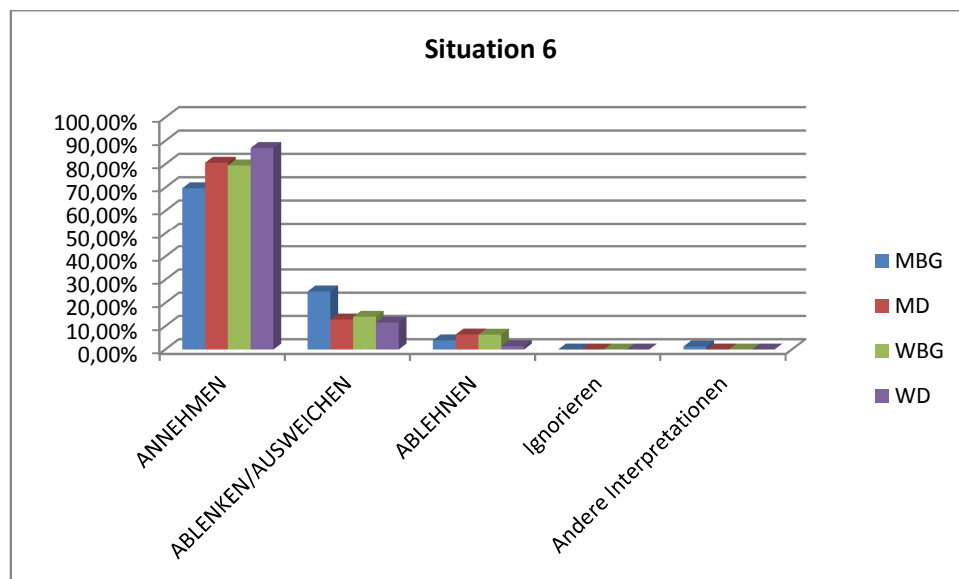


Abb. 16: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien in Situation 6

Wie in der ersten Situation werden auch in dieser Komplimente über den Besitz des tollen Autos am häufigsten angenommen (vgl. Abb. 16), und zwar am meisten von den deutschen Frauen (86,96%), gefolgt von den deutschen Männern (80,65%) und den bulgarischen Probanden (WBG – 79,49%, MBG – 69,74%).

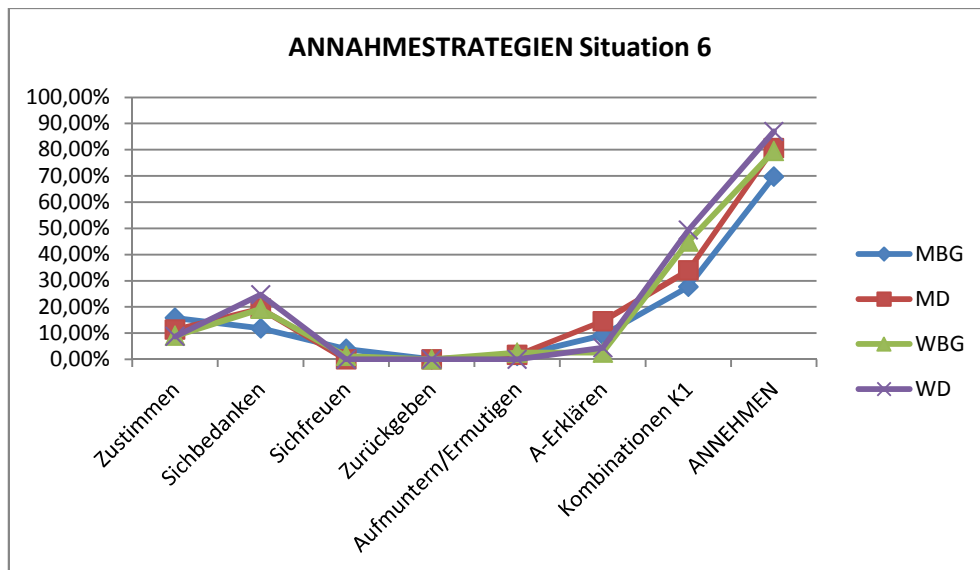


Abb. 17: Distribution der ANNAHMESTRATEGIEN in Situation 6

Im ANNAHME-Bereich ist die häufigste Strategie „Sichbedanken“ (WD – 24,64%, MD – 19,35%, WBG – 19,23%), abgesehen von der Gruppe der bulgarischen Männer, die dem Kompliment über das neue Auto mehr zustimmen (15,79%) als sich dafür zu bedanken (11,84%) (vgl. Abb. 17). Ebenso wie in Situation 1 äußern auch in dieser lediglich die bulgarischen Probanden Freude über das Kompliment (MBG – 3,95%, WBG – 1,28%). Von den deutschen Probanden wird diese Strategie nur in Kombination mit anderen Strategien eingesetzt, wie z.B. „Zustimmen“, „Erklären“ und „Sichbedanken“. Gegenkomplimente kommen ebenfalls nicht vor. Geschlechtsspezifische Unterschiede sind in Verbindung mit der Strategie „A-Erklären“ in beiden Sprachgemeinschaften zu beobachten (MBG – 9,21%, WBG – 2,56%, MD – 14,52%, WD – 4,35%). Die Strategie „Aufmuntern/Ermutigen“ kommt bis auf die Gruppe der deutschen Frauen in allen Gruppen vor, jedoch relativ selten (WBG – 2,56%, MD – 1,61%, MBG – 1,32%).

Tabelle 8: Distribution der häufigsten kombinierten ANNAHMESTRATEGIEN in Situation 6

KOMBINATIONEN K1	MBG %	WBG %	MD %	WD %
Sichbedanken + A-Erklären	47,62	37,14	42,86	41,18
Zustimmen + A-Erklären	14,29	14,29	33,33	29,41
Sichbedanken + Anbieten	9,52	20	0	2,94
Sichbedanken + Zustimmung	4,76	5,71	4,76	14,71

Der kombinierten ANNAHMESTRATEGIEN bedienen sich erneut die weiblichen Probanden mehr als die männlichen (WD – 49,28%, WBG – 44,87%, MD – 33,87%, MBG – 27,63%). Die häufigste Kombination in allen vier Gruppen ist „Sichbedanken“ + „A-Erklären“, während

„Zustimmen“ + „A-Erklären“ die zweithäufigste für die deutschen Probanden und für die bulgarischen Männer ist (vgl. Tabelle 8²⁶⁵). Die bulgarischen Frauen setzen diese Kombination am dritthäufigsten ein. Die deutschen Frauen bedienen sich außerdem des Dankes, begleitet von einer Zustimmung zum Kompliment. Vor allem die bulgarischen Frauen, aber auch die bulgarischen Männer bedanken sich für das Kompliment und machen häufig gleichzeitig das Angebot, den Komplimentgeber nach Hause zu fahren, wohingegen diese Kombination unter den deutschen Probanden nur einmal unter den Frauen vorkommt.

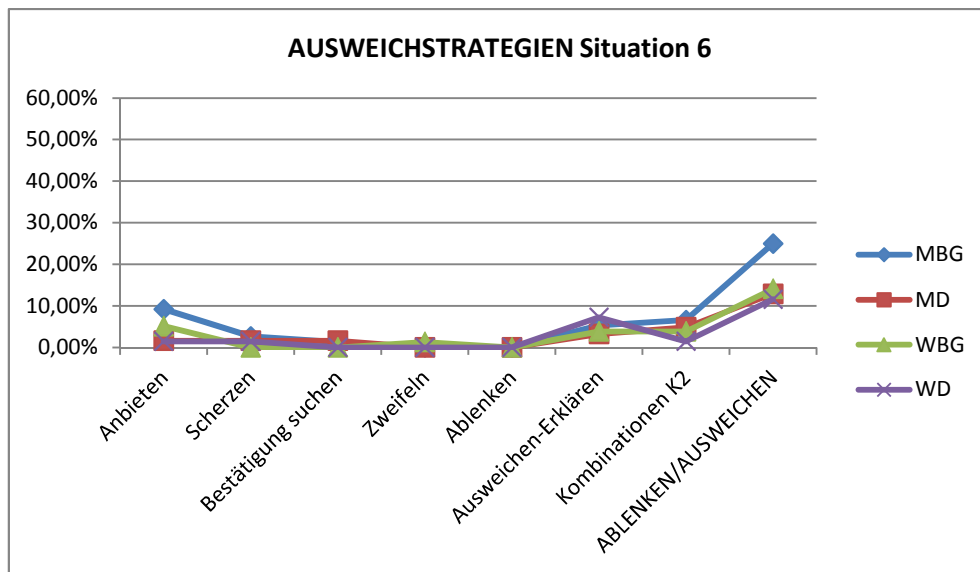


Abb. 18: Distribution der AUSWEICHSTRATEGIEN in Situation 6

Wie Abbildung 18²⁶⁶ zeigt, entscheiden sich bulgarische Männer am häufigsten für Strategien aus dem Kompromissbereich (25%), gefolgt von den bulgarischen Frauen (14,10%). In den beiden deutschen Gruppen ist beim Einsatz dieser Strategien kein Unterschied zu verzeichnen (MD – 12,90%, WD – 11,59%). Sehr interessant ist auch in dieser Situation das häufige Einsetzen der Strategie „Anbieten“ seitens der bulgarischen Probanden (MBG – 9,21%, WBG – 5,13%), wohingegen diese Strategie unter den deutschen Probanden kaum Verwendung findet (MD – 1,61%, WD – 1,45%). In den meisten Beispielen aus den bulgarischen Daten handelt es

²⁶⁵ Die Darstellung der kombinierten Komplimentenerwerbsstrategien erfolgt im gesamten Kapitel 7 immer lediglich unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers, auf dem der Schwerpunkt der Datenauswertung liegt. Die tabellarische Präsentation der kombinierten Strategien beinhaltet nur eine Auswahl der am häufigsten verwendeten Kombinationen in den dargestellten Gruppen. Auf eine detaillierte Auflistung aller Kombinationen wird aus Platzgründen verzichtet.

²⁶⁶ Auf Grund der niedrigen Prozentwerte bei den AUSWEICHSTRATEGIEN in Situation 6 wird zwecks der besseren Übersichtlichkeit der Ergebnisse in den vier Gruppen der Wert der vertikalen Achse im Diagramm auf 60% festgelegt.

sich um das „Nach-Hause-Fahren“- bzw. das „Mitnahme“-Angebot („Kommen Sie, ich fahre Sie nach Hause, wenn Sie wollen!“). Diese Strategie kommt nicht nur alleine vor, sondern oft in Kombination mit einem Dank, einer Zustimmung oder einer Erklärung. Die aufgezählten Kombinationen werden jedoch zum ANNAHME-Bereich gerechnet, da der erste Teil der Komplimenterwiderung eindeutig eine Annahme des Kompliments impliziert (s. Tabelle 8). Die häufigste Strategie im mittleren Bereich für die deutschen Probanden und die zweithäufigste für die bulgarischen ist „Ausweichen-Erklären“ (WD – 7,25%, MD – 3,23%, MBG – 5,26%, WBG – 3,85%). Die Unterstrategie „Scherzen“ kommt vereinzelt vor, allerdings überhaupt nicht unter den bulgarischen Frauen (MBG – 2,63%, MD – 1,61%, WD – 1,45%). Die restlichen Strategien in diesem Bereich sind wenig vertreten und kaum nennenswert. Die Strategie „Ablenken“ wird von keiner der Gruppen eingesetzt, „Zweifeln“ kommt nur ein einziges Mal in der Gruppe der bulgarischen Frauen vor.

Kombinationen von Strategien in diesem mittleren Bereich sind am häufigsten bei den männlichen bulgarischen Probanden und am seltensten bei den deutschen Frauen zu verzeichnen (MBG – 6,58%, MD – 4,84%, WBG – 3,85%, WD – 1,45%). Eine häufig präferierte Kombination von AUSWEICHSTRATEGIEN ist z.B. „Sichbedanken“ und „Herabsetzen“²⁶⁷: „Danke, aber es gibt auch bessere [Autos]“ oder die umgekehrte Reihenfolge: „Nichts Besonderes, danke“.

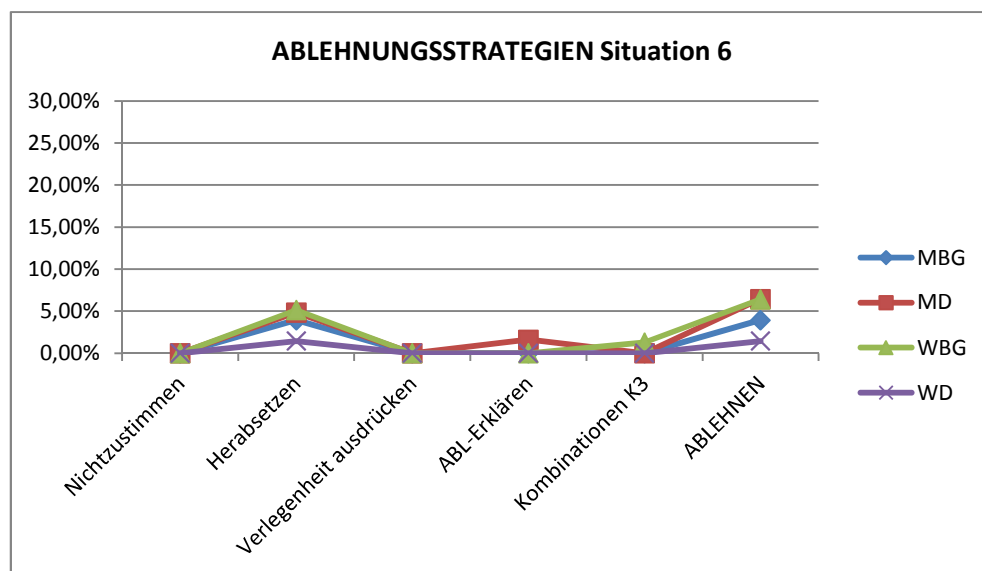


Abb. 19: Distribution der ABLEHNUNGSSTRATEGIEN in Situation 6

²⁶⁷ Hier muss angemerkt werden, dass Kombinationen aus Strategien des ANNAHME- und des ABLEHNUNGS-Bereichs dem AUSWEICH-Bereich zugeordnet wurden, da sie eine Mischung aus einer ANNAHME und einer ABLEHNUNG darstellen und somit nicht eindeutig zu einem dieser zwei Bereiche gerechnet werden konnten (vgl. hierzu auch Chen/Yang 2010).

Aus dem obigen Diagramm²⁶⁸ geht hervor, dass die deutschen Männer und die bulgarischen Frauen am häufigsten von der Hauptstrategie ABLEHNEN Gebrauch machen (MD – 6,45%, WBG – 6,41%, MBG – 3,95%, WD – 1,45%). Die häufigste Strategie im ABLEHNUNGS-Bereich ist „Herabsetzen“ (WBG – 5,13%, MD – 4,84%, MBG – 3,95%, WD – 1,45%). Die Probanden geben Gründe an, die das komplimentierte Objekt in irgendeiner Weise abwerten, wie z.B. „Na ja...ist ein Gebrauchsgegenstand wie alle anderen auch.“, „Na ja, ist doch bloß ein Auto.“ Eine direkte Nichtzustimmung zum Kompliment kommt ebenso wie in Situation 1 nicht vor. Was die kombinierten ABLEHNUNGSSTRATEGIEN betrifft, so taucht nur eine einzige kombinierte Antwort bei den bulgarischen Frauen auf.

Situation 2

Sie treffen zufällig eine Bekannte auf der Straße, die Sie höchstens einmal im Jahr sehen. Sie sagt zu Ihnen: „Hey, lange nicht mehr gesehen! Wie geht’s Dir? Toll siehst du aus!“

Sie antworten: _____

In dieser Situation wird das äußere Erscheinungsbild komplimentiert, und zwar das Aussehen im Allgemeinen. Der Status der agierenden Interaktanten ist gleich ($x=y$). Die große soziale Distanz (+SD) resultiert aus der Situationsbeschreibung heraus und beruht auf der Häufigkeit des Kontakts zwischen Sprecher und Hörer. Es handelt sich um eine Bekannte/einen Bekannten, der/dem man höchstens einmal im Jahr begegnet. Auffällig in dieser Situation ist, dass nur ein Proband dieses Kompliment nicht beantwortet hat, dafür aber das Fehlen der Komplimenterwiderung begründet hat: „Wäre verlegen und würde überlegen, was ich sagen soll.“²⁶⁹ Komplimente über das äußere Erscheinungsbild scheinen, bedingt durch ihr häufiges Vorkommen im Alltag, keine Probleme zu bereiten. Die Analyse der verwendeten Komplimenterwiderungsstrategien in dieser Situation beruht nur auf der Komplimenterwiderung, die als Kernakt (*head act*) betrachtet wird. Die Antwort auf die Befindlichkeitsfrage, mit der das Kompliment eingeleitet wurde, wurde bei der Zuordnung der Komplimentantworten zu den einzelnen Strategien nicht berücksichtigt.

²⁶⁸ In diesem Diagramm wurde der Wert der vertikalen Achse ebenfalls zwecks der besseren Präsentation der Ergebnisse auf 30% eingestellt.

²⁶⁹ Dieses Beispiel bestätigt, dass man das „Schweigen“ als Verlegenheit interpretieren kann. Die Kommentare der Probanden, die auf die Komplimenterwiderung verzichtet haben, wurden in die quantitative Analyse jedoch nicht einbezogen, sondern lediglich für die Interpretation der Ergebnisse verwendet.

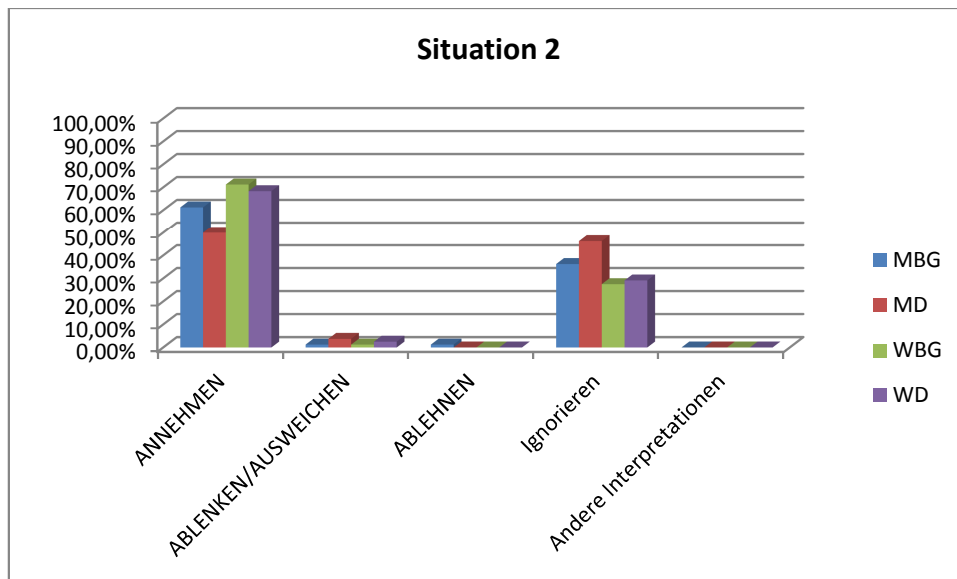


Abb. 20: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien in Situation 2

Aus Abbildung 20 geht hervor, dass die häufigste Hauptstrategie auch in dieser Situation erneut das ANNEHMEN ist (WBG – 71,25%, WD – 68,35%, MBG – 61,25%, MD – 50%). Was hier im Gegensatz zu allen anderen Situationen auffällt, ist allerdings der frequente Einsatz der Strategie „Ignorieren“²⁷⁰. Wie am Anfang des Datenauswertungskapitels erwähnt, liegt die Vermutung nahe, dass die Probanden auf den ersten Teil der Äußerung eingegangen sind, dafür aber das eigentliche Kompliment überhört oder auch ganz bewusst ignoriert haben. Am häufigsten wird das Kompliment über das äußere Erscheinungsbild von den männlichen Probanden ignoriert, vor allem von den deutschen Männern (MD – 46,25%, MBG – 36,25%, WD – 29,11%, WBG – 27,50%).

²⁷⁰ Die Strategie „Ignorieren“ wurde nicht zu der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN gerechnet.

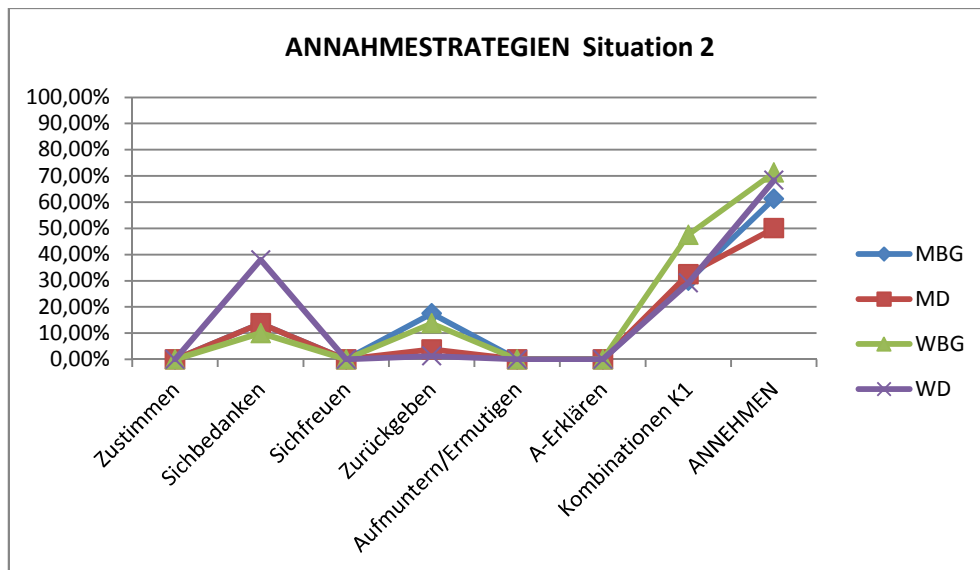


Abb. 21: Distribution der ANNAHMESTRATEGIEN in Situation 2

Wie Abbildung 21 darstellt, zeichnet sich im Bereich der ANNAHME eine klare Präferenz für zwei Unterstrategien ab: „Sichbedanken“ und „Zurückgeben“. Die restlichen vier Unterstrategien aus diesem Bereich, nämlich „Zustimmen“, „Sichfreuen“, „Aufmuntern/Ermutigen“ und „A-Erklären“ finden in dieser Situation keine Verwendung. Deutsche Frauen bedanken sich am häufigsten für ein Kompliment, das ihr Äußeres betrifft, gefolgt von den männlichen Probanden und den bulgarischen Frauen (WD – 37,97%, MBG – 13,75%, MD – 13,75%, WBG – 10%). Die bulgarischen Frauen greifen in dieser Situation sehr häufig zu kombinierten Antworttypen (die häufigste Kombination ist z.B. „Sichbedanken“ + „Zurückgeben“ (97,37%)), womit sich der eher niedrige Einsatz des Dankes als reine Strategie in dieser Gruppe erklären lässt. Ein sehr auffälliges Ergebnis in dieser Situation ist, dass sowohl die bulgarischen Männer als auch die bulgarischen Frauen Komplimente zurückgeben (MBG – 17,50%, WBG – 13,75%), im Unterschied zu den deutschen Probanden, die diese Strategie kaum als reine Strategie einsetzen (MD – 3,75%, WD – 1,27%).

Im Unterschied zu den Situationen mit dem Komplimentthema „Besitz“ (Situationen 1 und 6) ist der AUSWEICH-Bereich in dieser Situation kaum belegt (MD – 3,75%, WD – 2,53%, MBG – 1,25%, WBG – 1,25%). Aus diesem Grund wird auf die grafische Darstellung der Vorkommenshäufigkeit der AUSWEICHSTRATEGIEN verzichtet.

Würde man die Strategie „Ignorieren“ zum AUSWEICH-Bereich rechnen, so würde sich folgendes Bild ergeben: Exakt die Hälfte der Strategien, die deutsche Männer in Bezug auf Komplimente verwenden, die ihr Äußeres betreffen, sind AUSWEICHSTRATEGIEN (50%). Ein hoher Einsatz dieser Strategien ist ebenfalls unter den bulgarischen Männern zu sehen

(37,50%). Die weiblichen Probanden ignorieren das Kompliment zwar auch häufig, allerdings seltener als die männlichen (WBG – 28,75%, WD – 31,65%).

Der ABLEHNUNGS-Bereich ist ebenfalls wie der AUSWEICH-Bereich wenig belegt. Unter den 319 Komplimentantworten gibt es nur eine einzige Ablehnung²⁷¹, die von einem männlichen bulgarischen Probanden getätigt wurde: „Es sieht nur so aus. Mir geht es nicht gut.“

Situation 5

Sie unterhalten sich mit ihrer Chefin im Büro und kommen zufällig auf das Alter zu sprechen. Ihre Chefin wusste nicht, wie alt Sie sind und sagt: „Ich hätte Sie viel jünger geschätzt!“

Sie antworten: _____

Das Komplimentthema dieser Situation ist das jüngere Aussehen. Die Interaktionspartner haben einen ungleichen Status, wobei der Komplimentempfänger den niedrigeren Status genießt, der Komplimentgeber den höheren ($x < y$). Die soziale Distanz für diese Situation wird trotz des ungleichen Status als gering angenommen, da es sich um einen täglichen Kontakt zwischen den Interaktanten handelt (-SD). Nur in dieser Konstellation konnte das Kompliment als solches verstanden werden. Allerdings kam es auch vor, dass einige Probanden sich des Komplimentes nicht sicher waren und z.B. Folgendes äußerten: „Danke, aber soll ich es als Kompliment nehmen?“ bzw. „Ich werde es als Kompliment nehmen😊.“ In diesen Fällen wird deutlich, dass Komplimente nicht nur als positive Höflichkeitsstrategien, sondern ebenfalls als *face threatening acts* wahrgenommen werden können, wie von Holmes (1988) angemerkt (vgl. hierzu Kap. 8.2.1). Die Möglichkeit, auf das Kompliment nicht zu antworten, sondern einen Kommentar dazu zu äußern, haben erneut die deutschen Probanden mehr als die bulgarischen in Anspruch genommen (MD – 18,75%, WD – 15%, MBG – 3,75%, WBG – 2,5%).

²⁷¹ Auch hier wird auf Grund der fehlenden Ablehnungen in den restlichen Probandengruppen auf die grafische Darstellung der Verteilung der ABLEHNUNGSSTRATEGIEN verzichtet.

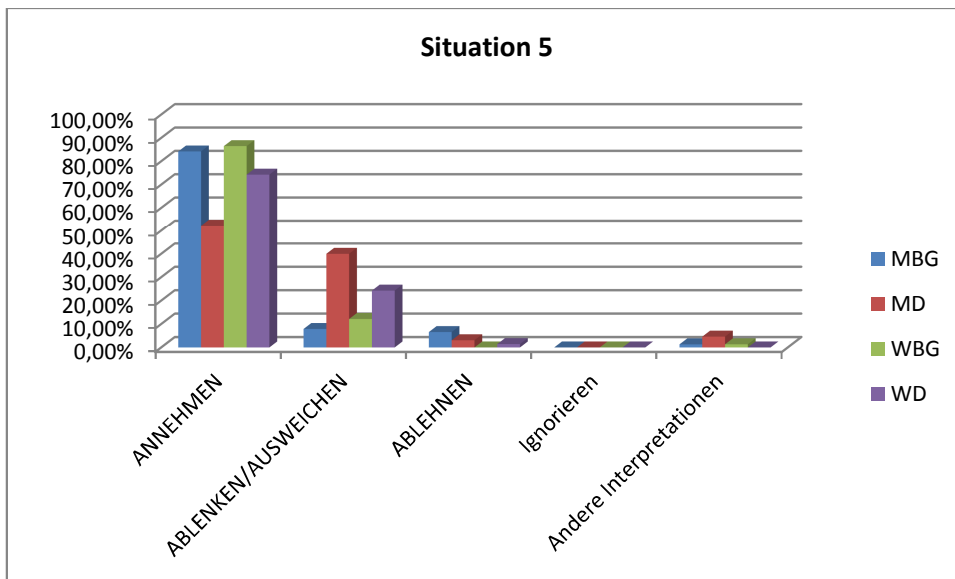


Abb. 22: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien in Situation 5

Wie in den vorigen Situationen ist auch in dieser Situation die am häufigsten vertretene Hauptstrategie das ANNEHMEN (vgl. Abb. 22). Ihr niedrigster Einsatz ist in der männlichen deutschen Gruppe zu verzeichnen (WBG – 86,49%, MBG – 84,21%, WD – 74,29%, MD – 52,31%).

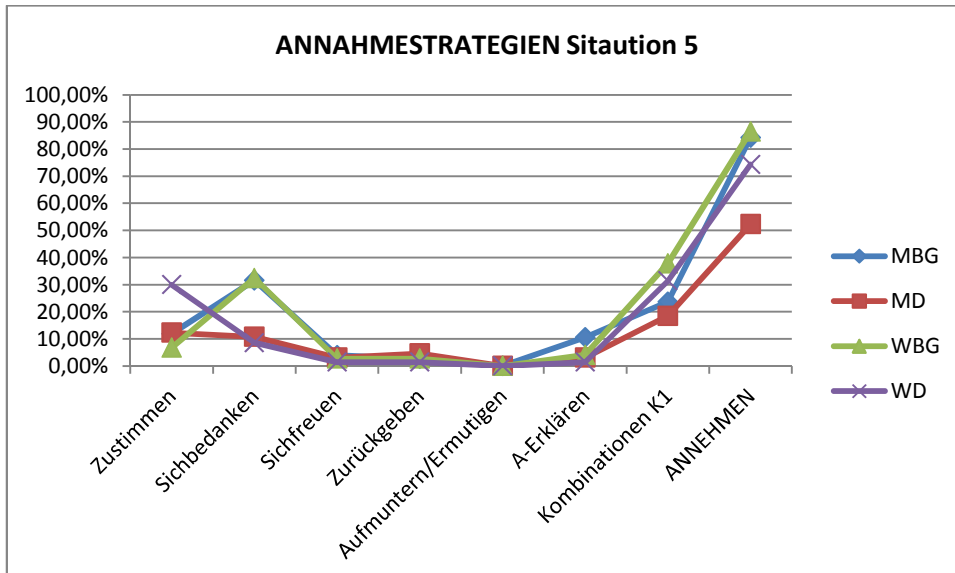


Abb. 23: Distribution der ANNAHMESTRATEGIEN in Situation 5

Im Unterschied zu der vorigen Situation mit demselben Komplimentthema (äußeres Erscheinungsbild), in der nur zwei Unterstrategien im ANNAHME-Bereich Verwendung fanden, zeichnet sich diese Situation durch eine sehr unterschiedliche Verteilung der einzelnen ANNAHMESTRATEGIEN aus. Die bulgarischen Probanden bedanken sich am häufigsten für das Kompliment (WBG – 32,43%, MBG – 31,58%) und stimmen ihm am zweithäufigsten zu (MBG –

11,84%, WBG – 6,76%) (vgl. Abb. 23). In der deutschen Gruppe fällt aber auf, dass während die häufigste Strategie der deutschen Frauen die „Zustimmung“ ist (WD – 30%), die häufigste Strategie der Männer „Ausweichen-Erklären“ (21,54%) aus dem Kompromissbereich ist, und erst die zweithäufigste die Zustimmung (MD – 12,31%). Das Bedanken kommt unter den deutschen Probanden am dritthäufigsten zum Einsatz (MD – 10,77%, WD – 8,57%). Bei den Strategien „Sichfreuen“ und „Zurückgeben“ sind keine großen Unterschiede zwischen den vier Probandengruppen zu beobachten, die Strategie „Aufmuntern/Ermutigen“ kommt zudem in keiner der Gruppen vor. Die Strategie „A-Erklären“ sticht, verglichen mit ihrem Gebrauch in den anderen drei Gruppen, in der Gruppe der bulgarischen Männer hervor (MBG – 10,53%, WBG – 4,05%, MD – 3,08%, WD – 1,43%).

Tabelle 9: Distribution der häufigsten kombinierten ANNAHMESTRATEGIEN in Situation 5

KOMBINATIONEN K1	MBG %	WBG %	MD %	WD %
Sichbedanken + A-Erklären	22,22	46,43	58,33	27,27
Sichbedanken + Zurückgeben	44,44	21,43	0	0
Zustimmen + A-Erklären	11,11	0	0	40,91
Sichbedanken + Sichfreuen	5,56	0	0	13,64

Vor allem die bulgarischen Frauen machen von den kombinierten Strategien im ANNAHME-Bereich am meisten Gebrauch (37,84%), gefolgt von den deutschen Frauen (31,43%). Im Vergleich zu den anderen Situationen verwenden die Männer in dieser Situation weniger kombinierte Strategien (MBG – 23,68%, MD – 18,46%). Die bevorzugten Kombinationen der einzelnen Gruppen sind sehr unterschiedlich, wie der obigen Tabelle 9 zu entnehmen ist.

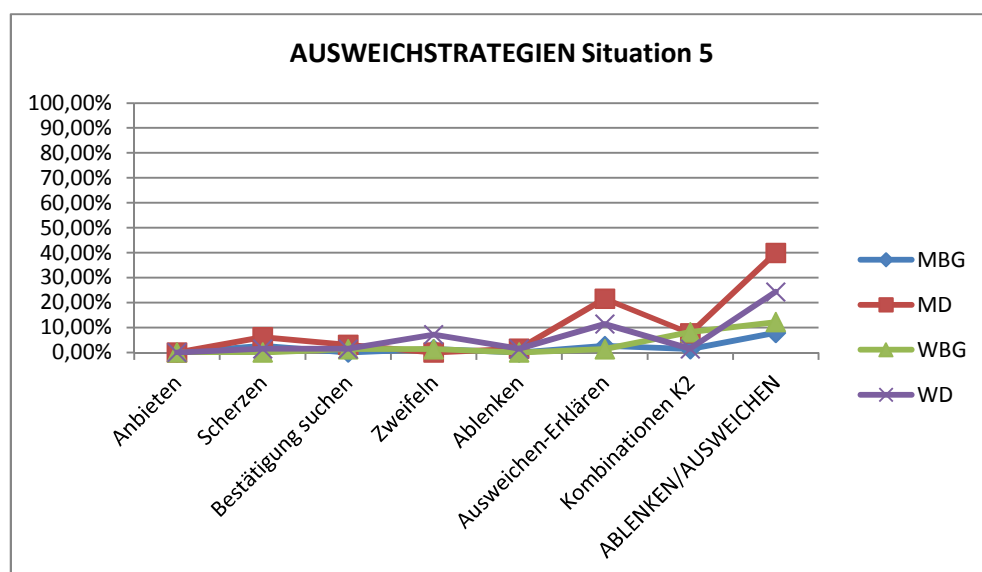


Abb. 24: Distribution der AUSWEICHSTRATEGIEN in Situation 5

Auffällig in dieser Situation ist, dass die deutschen Männer sowie die deutschen Frauen die Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN äußerst häufig gewählt haben (MD – 40%, WD – 24,29%, MBG – 7,89%, WBG – 12,16%) (vgl. Abb. 24). In den bisherigen Situationen stammen die von allen Probandengruppen am häufigsten verwendeten Strategien aus dem ANNAHME-Bereich. Hier zeigt sich jedoch eine andere Tendenz: Trotz der Tatsache, dass sich die deutschen Männer in der Summe häufiger für ANNAHMESTRATEGIEN entschieden haben, so ist, wie oben erwähnt, die von ihnen am meisten präferierte Strategie „Ausweichen-Erklären“ aus dem mittleren Bereich. Bei den deutschen Frauen ist sie nach der Zustimmung (11,43%) die zweithäufigste Strategie. Interessant ist ebenfalls, dass die zweithäufigste Strategie der männlichen deutschen Probanden im Kompromissbereich „Scherzen“ (6,15%) ist, weil diese Strategie in den vorigen Situationen nicht sonderlich hervorsteht. Die weiblichen deutschen Probanden bedienen sich am zweithäufigsten der Strategie „Zweifeln“ (7,14%) innerhalb des AUSWEICH-Bereichs. Die bulgarischen Probanden entscheiden sich sehr selten für Strategien aus dem Kompromissbereich. Zu erwähnen wäre nur die Strategie „Scherzen“, die von den bulgarischen Männern (2,63%) eingesetzt wird, jedoch nicht von den Frauen, und die Strategie „Ausweichen-Erklären“ (MBG – 2,63%, WBG – 1,35%). Kombinationen von Strategien kommen am häufigsten bei den bulgarischen weiblichen und den deutschen männlichen Probanden zum Einsatz (WBG – 8,11%, MD – 7,69%, WD – 1,43%, MBG – 1,32%).

In Bezug auf die bulgarischen Komplimentantworten im Zusammenhang mit dem äußeren Erscheinungsbild, und vor allem mit dem Kompliment über das jüngere Aussehen, ist eine Komplimentantwort zu erwähnen, die im Datenkorpus nur einmal vorkam, für die bulgarische Gesellschaft aber sehr typisch ist: „Danke. Ich gebe dir einen aus!“²⁷², wie von Stoyanova (2006) und Slavianova (2011)²⁷³ ebenfalls belegt. Diese Antwort wird im Bulgarischen wie eine konventionalisierte Routineformel verwendet. Das Versprechen bzw. das Angebot, „etwas auszugeben“, ist vom Komplimentempfänger nicht wörtlich gemeint und wird vom Komplimentgeber nicht ernst genommen und erwartet (vgl. hierzu auch Stoyanova 2006; Slavianova 2011). Es ähnelt somit vielmehr der Strategie „Anbieten“, so wie sie im arabischen Sprachraum verwendet wird.

²⁷² Diese Antwort wurde von einem bulgarischen Mann geäußert, was für die Verfasserin dieser Arbeit eher erstaunlich ist, weil es im Zusammenhang mit diesem Komplimentthema meist von Frauen verwendet wird.

²⁷³ In ihrem Artikel, in dem sie u.a. Komplimentantworten im Bulgarischen, Englischen und Polnischen vergleicht, berichtet Stoyanova (2006), dass diese Antwort nur im Bulgarischen vorkam. Slavianova (2011: 143) spricht von einem „typical Bulgarian usage“.

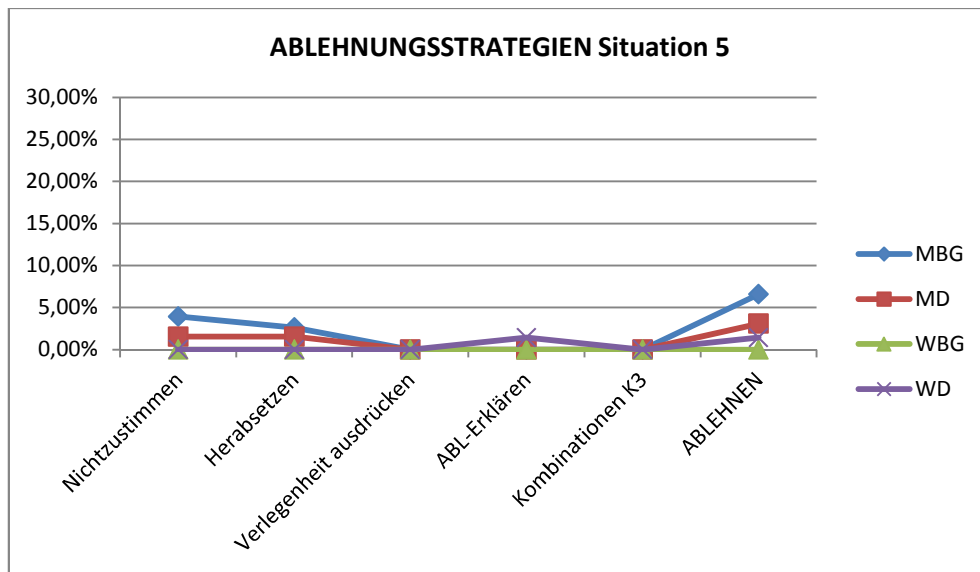


Abb. 25: Distribution der ABLEHNUNGSSTRATEGIEN in Situation 5

Was die Ablehnungen betrifft, sind diese am häufigsten bei den männlichen bulgarischen Probanden zu finden (6,58%), im Gegensatz zu den bulgarischen Frauen, die das Kompliment über das jüngere Aussehen gar nicht ablehnen (vgl. Abb. 25²⁷⁴). In der deutschen Gruppe ist ebenfalls bei den männlichen Probanden eine Präferenz für die Hauptstrategie ABLEHNEN zu beobachten (MD – 3,08%, WD – 1,43%). Eine Strategie, die bisher in keiner einzigen Situation vorkam, ist die direkte Nichtzustimmung zum Kompliment, die aber lediglich von den männlichen Probanden eingesetzt wird (MBG – 3,95%, MD – 1,54%). Ebenso nur von den männlichen Probanden wird auch die Strategie „Herabsetzen“ verwendet (MBG – 2,63%, MD – 1,54%). In dieser Situation kamen die meisten Komplimenterwiderungen vor, die nicht eindeutig klassifiziert werden konnten und deshalb der Kategorie „Andere Interpretationen“ zugeordnet wurden. Antworten wie „Aha“ z.B. können ohne vorhandene prosodische Mittel kaum klassifiziert werden, weil sie sowohl als eine Zustimmung als auch als Ausdruck des Zweifels bzw. der Irritation verstanden werden können, wenn sie von einer steigenden Intonation begleitet sind.

²⁷⁴ Um eine bessere Präsentation der Ergebnisse zu gewährleisten, wurde der Wert der vertikalen Achse im Diagramm auf 30% festgelegt.

Situation 3

Sie sind Abteilungsleiter in einer kleinen Firma und werden in eine andere Stadt versetzt. Aus diesem Anlass laden Sie einige Ihrer Angestellten zu sich nach Hause ein. Sie haben selbst das Essen vorbereitet. Nach dem Essen sagt eine Ihrer Angestellten: „Ich wusste ja gar nicht, dass Sie so gut kochen können! Das Essen hat wirklich phantastisch geschmeckt!“

Sie antworten: _____

Leistungen bzw. Fähigkeiten sind das letzte Komplimentthema in dieser Arbeit. Der Status der Beteiligten in der Interaktion ist ungleich, der Komplimentempfänger hat den höheren Status ($x > y$), die soziale Distanz ist trotz des ungleichen Status gering (-SD), was sich aus der Situationsbeschreibung ergibt. Der *opting out*-Möglichkeit in dieser Situation haben sich am häufigsten die deutschen Männer bedient (dreimal), gefolgt von den bulgarischen Frauen (zweimal) und Männern (einmal). Im Unterschied zu ihren männlichen Pendants haben alle deutschen Frauen das Kompliment beantwortet.

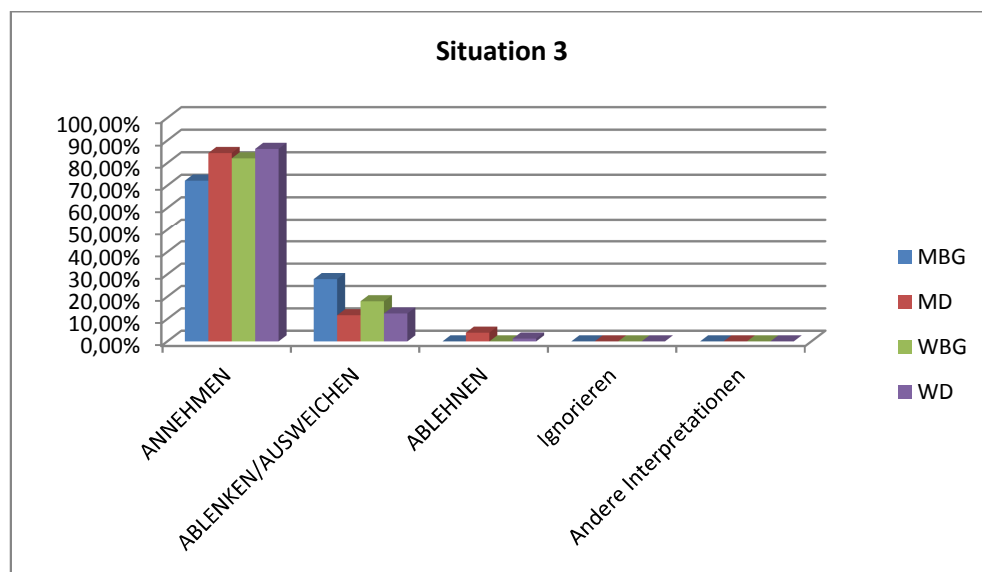


Abb. 26: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien in Situation 3

Am wenigsten wird das Kompliment über die Kochfähigkeiten seitens der bulgarischen Männer angenommen (72,15%), am meisten seitens der deutschen Frauen (86,25%) (vgl. Abb. 26).

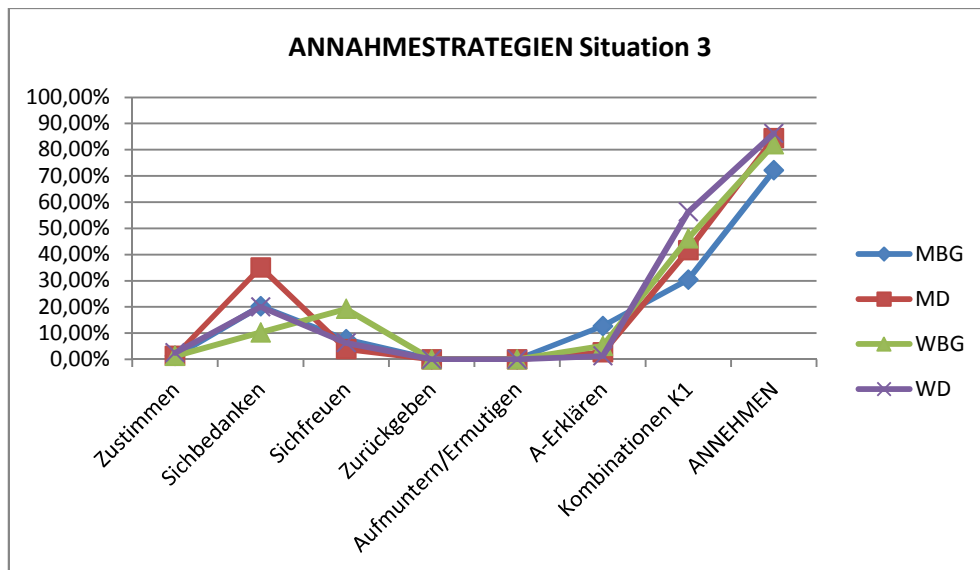


Abb. 27: Distribution der ANNAHMESTRATEGIEN in Situation 3

„Sichbedanken“, „Sichfreuen“ und „A-Erklären“ sind die ANNAHMESTRATEGIEN, die in Situation 3 überwiegend Verwendung finden (vgl. Abb. 27). Das Bedanken taucht am häufigsten in der Gruppe der deutschen Männer (35,06%) auf. Deutsche Frauen sowie bulgarische Männer bedanken sich zu gleichen Teilen für dieses Kompliment (MBG – 20,25%, WD – 20%). Bulgarische Frauen hingegen bedanken sich viel weniger für ein Kompliment über ihre Kochkünste (10,26%), umso mehr äußern sie aber ihre Freude darüber (19,23%). Im Vergleich dazu ist der Ausdruck von Freude über das Kompliment in den anderen drei Gruppen seltener vorzufinden (MBG – 7,59%, WD – 6,25%, MD – 3,90%). Interessant ist auch, dass die Strategie „A-Erklären“ bei den bulgarischen Männern am zweithäufigsten Verwendung findet, wohingegen sie von den restlichen drei Gruppen wenig eingesetzt wird (MBG – 12,66%, WBG – 5,13%, MD – 2,60%, WD – 1,25%). Zwei Strategien kommen bei keiner der Probandengruppen vor: „Zurückgeben“ und „Aufmuntern/Ermutigen“. Diese Strategien treten auch nicht in Kombinationen auf.

Tabelle 10: Distribution der häufigsten kombinierten ANNAHMESTRATEGIEN in Situation 3

KOMBINATIONEN K1	MBG %	WBG %	MD %	WD %
Sichbedanken + A-Erklären	58,33	27,78	43,75	22,22
Sichbedanken + Sichfreuen	12,50	61,11	15,63	51,11
Zustimmen + A-Erklären	8,33	0	6,25	2,22

Was die Kombinationen im ANNAHME-Bereich betrifft, so werden diese erneut von den weiblichen Probanden am meisten bevorzugt: Deutsche Frauen bedienen sich zu 56,25% kombinierter ANNAHME-Strategien, bulgarische Frauen verwenden Kombinationen zwar

seltener als die deutschen (46,15%), jedoch präferieren sie die gleichen Kombinationen von Antworttypen. Die männlichen Probanden greifen auch zu kombinierten Strategien (MD – 41,56%, MBG – 30,38%) und verwenden in der Regel die gleichen Kombinationen wie die Frauen (vgl. Tabelle 10).

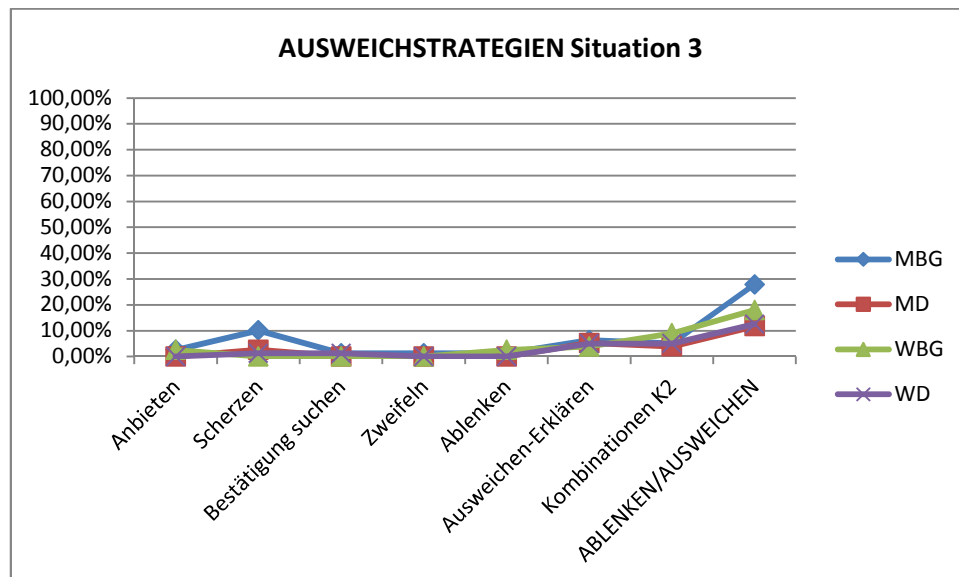


Abb. 28: Distribution der AUSWEICHSTRATEGIEN in Situation 3

Wie aus Abbildung 28 hervorgeht, setzen die bulgarischen Männer in dieser Situation am häufigsten AUSWEICHSTRATEGIEN ein (27,85%), wobei sich auch die bulgarischen Frauen häufig dazu entscheiden, dem Kompliment auszuweichen (17,95%). Die deutschen Probanden wählen diese Strategien zu gleichen Teilen aus (WD – 12,50%, MD – 11,69%). Bulgarische Männer begegnen dem Kompliment über ihre Kochkünste, wenn sie ihm ausweichen wollen, am häufigsten mit einem Scherz (10,13%), wie z.B. „Behalten Sie Ihre Kommentare für den Morgen“, „Stille Wasser sind tief“ etc. Deutsche Männer scherzen zwar auch, aber seltener als die bulgarischen (2,60%). Die deutschen Frauen machen wenig Gebrauch von humorvollen Komplimentantworten (1,25%), während die bulgarischen Frauen gar nicht über ihre Kochkünste scherzen. Die häufigste AUSWEICHSTRATEGIE in allen Gruppen, ausgenommen die Gruppe der bulgarischen Männer, ist die Erklärung (MBG – 6,33%, MD – 5,19%, WBG – 3,85%, WD – 5%). Die Strategie „Anbieten“ kommt erneut nur bei den bulgarischen Probanden vor²⁷⁵ (WBG – 2,56%, MBG – 2,53%). Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass während die bulgarischen Männer – wenn auch nicht gleich häufig – alle AUSWEICH-Strategien einsetzen,

²⁷⁵ Es handelt sich hier nicht um ein Angebot im engeren Sinne, sondern eher z.B. um einen Vorschlag zu einem weiteren Treffen, um ein Rezeptangebot oder um das Nachtisch-Angebot.

die deutschen Männer nur zwei davon verwenden: „Ausweichen-Erklären“ und „Scherzen“. Bei den deutschen Frauen findet neben diesen Strategien noch die Strategie „Bestätigung suchen“ Verwendung (1,25%), bei den bulgarischen Frauen kommen neben der ausweichenden Erklärung noch mit jeweils 2,56% die Strategien „Ablenken“ und „Anbieten“ vor.

Interessant für diese Situation ist die Tatsache, dass weder bulgarische Männer noch bulgarische Frauen das Kompliment über ihre Kochleistung ablehnen.²⁷⁶ Unter den deutschen Probanden sind es die Männer, die Ablehnungen bevorzugt einsetzen (MD – 3,90%, WD – 1,25%). Die einzige Unterstrategie im ABLEHNUNGS-Bereich, die von den deutschen Probanden verwendet wird, ist „Herabsetzen“, z.B. „Ach, das war ja nichts Besonderes.“ oder „Jetzt übertreiben Sie aber, war ja nur eine Kleinigkeit.“

Situation 4

Sie sind Student und holen Ihre Hausarbeit bei Ihrer Professorin in der Sprechstunde ab. Die Professorin sagt zu Ihnen: „Das ist die beste Hausarbeit zu dem Thema, die ich bis jetzt gelesen habe.“

Sie antworten: _____

In dieser Situation wird die gute Hausarbeit eines Studenten/einer Studentin komplimentiert. Die Situation ist aus dem Studentenalltag bekannt und deshalb hatten die Probanden keine Probleme, sich in diese hineinzusetzen. Der Status der Beteiligten an der Situation ist ungleich ($x < y$), der Komplimentempfänger hat einen niedrigeren Status als der Komplimentgeber und es herrscht eine große soziale Distanz zwischen den beiden (+SD)²⁷⁷. In dieser Situation wurde die Möglichkeit, auf das Kompliment nicht zu antworten, mehr als in der vorigen Situation genutzt. Deutsche Männer und Frauen bevorzugten zu 11,25% einen Kommentar, statt eine Komplimentantwort aufzuschreiben. Dasselbe betrifft auch die bulgarischen Männer, die diese Alternative in 10% der Fälle ausgewählt haben, während die bulgarischen Frauen auf die Kommentar-Möglichkeit komplett verzichtet haben.

²⁷⁶ Hier wurde auf Grund fehlender Werte bei den bulgarischen Probanden die grafische Darstellung der Distribution der ABLEHNUNGSSTRATEGIEN ausgelassen.

²⁷⁷ Im CCSARP-Projekt wird zwischen einem Studenten und einem Professoren eine geringe soziale Distanz angenommen (-SD). Dies resultiert anscheinend aus der Häufigkeit des Kontaktes. In Deutschland ist die soziale Distanz zwischen Professoren und Studenten jedoch groß (+SD).

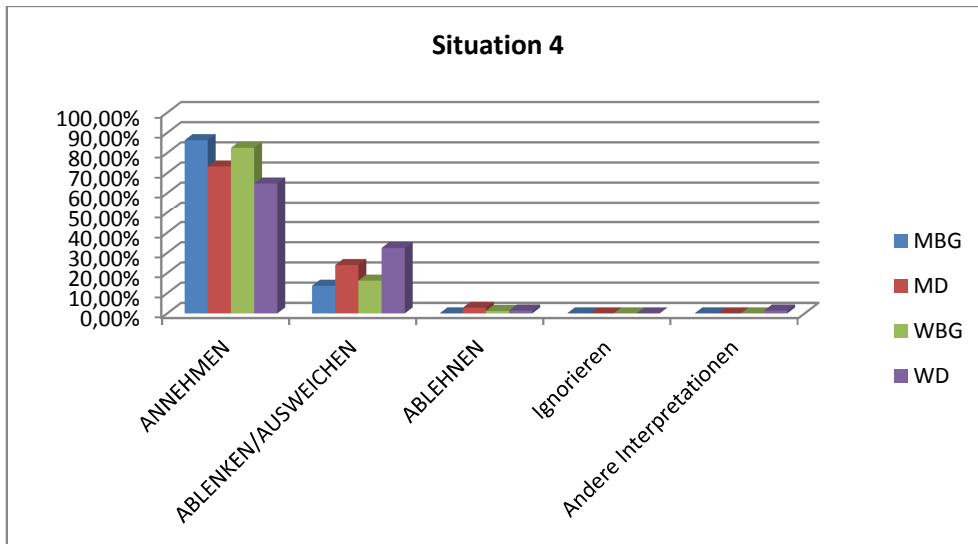


Abb. 29: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien in Situation 4

Abbildung 29 zeigt, dass das Kompliment über die gut gelungene Hausarbeit am häufigsten von den bulgarischen Probanden angenommen wird (MBG – 86,30%, WBG – 82,50%), in der deutschen Gruppe zeigen die männlichen Probanden eine stärkere Präferenz für die Hauptstrategie ANNEHMEN (MD – 73,24%, WD – 64,79%).

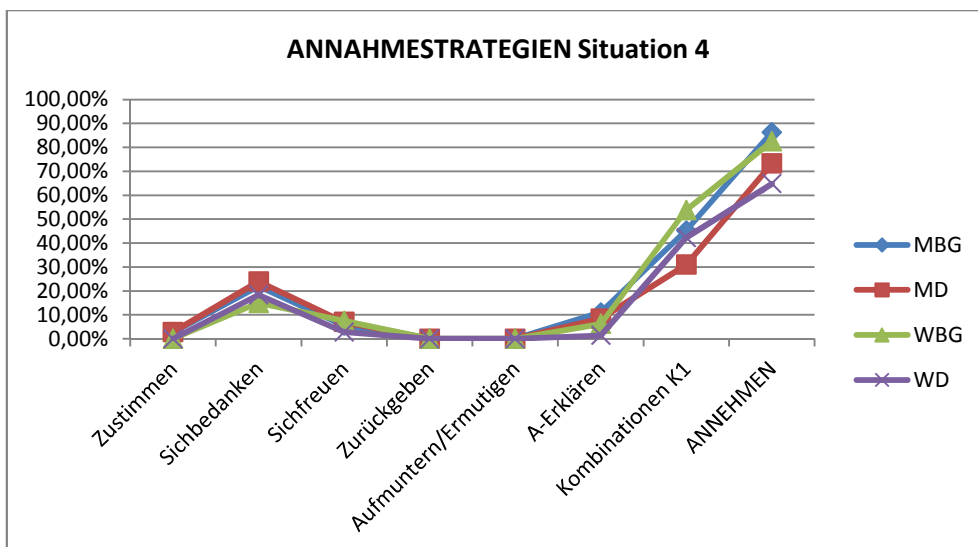


Abb. 30: Distribution der ANNAHMESTRATEGIEN in Situation 4

Aus dem obigen Diagramm geht hervor, dass sich alle Probanden am häufigsten für das Kompliment bedanken (MD – 23,94%, MBG – 21,92%, WD – 18,31%, WBG – 15%). Bei den männlichen Probanden ist die Strategie „A-Erklären“ am zweithäufigsten vertreten (MBG – 10,96%, MD – 8,45%), gefolgt von dem Ausdruck von Freude über das Kompliment (MD –

7,04%, MBG – 5,48%). Bei den Frauen hingegen ist die umgekehrte Reihenfolge der zwei Strategien zu sehen: Sie äußern am zweithäufigsten Freude über das Kompliment (WBG – 7,50%, WD – 2,82%) und nehmen es am dritthäufigsten mit einer Erklärung an (WBG – 6,25%, WD – 1,41%). Die Zustimmung zum Kompliment ist selten und lediglich bei den männlichen Probanden zu finden (MD – 2,82%, MBG – 2,74%).

Tabelle 11: Distribution der häufigsten kombinierten ANNAHMESTRATEGIEN in Situation 4

KOMBINATIONEN K1	MBG %	WBG %	MD %	WD %
Sichbedanken + A-Erklären	69,70	65,12	36,36	30
Sichbedanken + Sichfreuen	6,06	11,63	22,73	26,67
Sichfreuen + Sichbedanken	0	2,33	18,18	6,67
Sichfreuen + A-Erklären	6,06	6,98	9,09	10
Sichbedanken + Sichfreuen + A-Erklären	0	9,09	4,65	6,67

In dieser Situation ist eine breite Auswahl an kombinierten Strategien in den vier Probandengruppen zu finden (vgl. Tabelle 11). Mehr als die Hälfte aller Antworten in der bulgarischen Frauengruppe ist in Form von Kombinationen (53,75%). Auch in den anderen drei Probandengruppen tauchen kombinierte ANNAHMESTRATEGIEN sehr häufig auf (MBG – 45,21%, WD – 42,25%, MD – 30,99%). Es zeigt sich, dass die beliebteste Strategie-Kombination aller Probanden in Situation 4 „Sichbedanken“ und „A-Erklären“ ist.

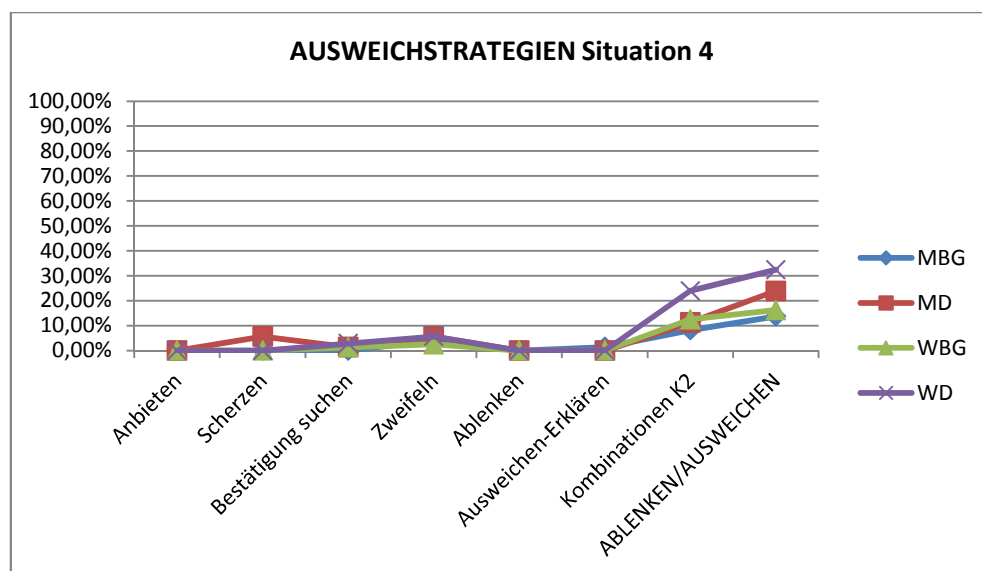


Abb. 31: Distribution der AUSWEICHSTRATEGIEN in Situation 4

Im mittleren Bereich ist die Verteilung der verwendeten Strategien bei den einzelnen Probandengruppen sehr unterschiedlich (vgl. Abb. 31). Am häufigsten werden die AUSWEICHSTRATEGIEN jedoch von den deutschen Frauen eingesetzt (32,39%), gefolgt von den deutschen Männern (23,94%). „Scherzen“ und „Zweifeln“ sind die von den deutschen

Männern zu gleichen Teilen bevorzugten Strategien (5,63%), wobei die letzte Strategie auch bei den deutschen Frauen sowie in den beiden bulgarischen Probandengruppen Verwendung findet (WD – 5,63%, MBG – 4,11%, WBG – 2,50%). Die Strategie „Bestätigung suchen“ gehört ebenso zu der Auswahl aller Probandengruppen, mit Ausnahme jener der bulgarischen Männer (WD – 2,82%, MD – 1,41%, WBG – 1,25%). Zwei Strategien kommen in keiner der Probandengruppen zum Einsatz: „Anbieten“ und „Ablenken“, die Strategie „Ausweichen-Erklären“ wird lediglich einmal von den bulgarischen Männern eingesetzt.

Tabelle 12: Distribution der häufigsten kombinierten AUSWEICHSTRATEGIEN in Situation 4

KOMBINATIONEN K1	MBG %	WBG %	MD %	WD %
Bestätigung suchen + Sichbedanken	33,33	10	37,50	23,53
Bestätigung suchen + Sichfreuen	0	10	0	5,88
Bestätigung suchen + Zweifeln	50	10	0	0
Zweifeln + Sichbedanken	16,67	25	10	11,76

In Situation 4 werden im Vergleich zu den restlichen fünf Situationen am häufigsten AUSWEICHSTRATEGIEN kombiniert. Vor allem bei den deutschen Frauen ist ein starker Gebrauch von AUSWEICH-Kombinationen zu beobachten (23,94%), aber auch in den restlichen drei Probandengruppen kommen diese Kombinationen häufig zum Einsatz (WBG – 12,50%, MD – 11,27%, MBG – 8,22%). Die beliebtesten kombinierten AUSWEICHSTRATEGIEN sind „Bestätigung suchen“ + „Sichbedanken“ bzw. „Sichfreuen“ sowie „Zweifeln“ + „Sichbedanken“ bzw. „Sichfreuen“ (vgl. Tabelle 12).

Der ABLEHNUNGS-Bereich in Situation 4 ist wenig belegt, daher wurde auch hier auf die grafische Darstellung der Vorkommenshäufigkeit der einzelnen ABLEHNUNGSSTRATEGIEN in den vier Gruppen verzichtet. Deutsche Männer lehnen das Kompliment über die gelungene Hausarbeit mit 2,82% ab, indem sie ihre Leistung herabsetzen, während bulgarische Männer es gar nicht tun. In den beiden Frauengruppen werden ABLEHNUNGSSTRATEGIEN gleich häufig gebraucht. Während die deutschen Frauen ihre Verlegenheit ausdrücken, kombinieren die bulgarischen Frauen die Strategie „Herabsetzen“ mit einer Erklärung, wenn sie dieses Kompliment beantworten (WD – 1,41%, WBG – 1,25%).

Nachdem in diesem Kapitel die Distribution und die Häufigkeit der Komplimenterwiderungsstrategien in den einzelnen Situationen beschrieben wurden, setzt sich das folgende Kapitel mit den gleichen Fragestellungen auseinander, jedoch werden die Ergebnisse aus den Situationen mit dem gleichen Komplimentthema zusammengefasst und unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers und -gebers dargestellt.

7.2 Komplimentthemen

Wie bereits in Kapitel 4.2 thematisiert, hängen Komplimenterwiderungen nicht nur formal und funktional von dem vorausgehenden Kompliment ab, sondern auch inhaltlich. In diesem Kapitel erfolgt die Darstellung der Distribution sowie der Häufigkeit der einzelnen Komplimenterwiderungsstrategien im Zusammenhang mit den drei Komplimentthemen („äußeres Erscheinungsbild“, „Besitz“ und „Leistungen/Fähigkeiten“). Die Analyse erfolgt bei jedem Komplimentthema differenziert nach Sprachgemeinschaft und Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers)²⁷⁸, um Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den einzelnen Gruppen herausarbeiten zu können. Welche Komplimenterwiderungsstrategien in beiden Sprachgemeinschaften unter dem Einfluss des jeweiligen Komplimentthemas präferiert werden und welche eher selten zum Einsatz kommen, wird in diesem Unterkapitel ebenso beleuchtet, mit dem Ziel, die Parallelen und Unterschiede zwischen Bulgaren und Deutschen aufzudecken.

7.2.1 Äußeres Erscheinungsbild

Der häufigste Komplimentanlass ergibt sich meist im Zusammenhang mit dem Äußeren (vgl. dazu Manes 1983: 98; Duttlinger 1999: 219). Die deutschen Probanden haben bei diesem Komplimentthema häufig auf eine Komplimentantwort verzichtet und stattdessen einen Kommentar aufgeschrieben (D – 8,13%, BG – 3,13%).²⁷⁹

²⁷⁸ Die Darstellung der Distribution und der Häufigkeit der Komplimenterwiderungsstrategien erfolgt nicht nur in den vier Probandengruppen, aufgeteilt nach dem Geschlecht des Komplimentempfängers (MBG, WBG, MD, WD), sondern auch in den vier Gruppen, aufgeteilt nach dem Geschlecht des Komplimentgebers (KG MBG, KG WBG, KG MD, KG WD).

²⁷⁹ Die mögliche Anzahl der Komplimentantworten pro Sprachgemeinschaft für beide Situationen ist 320. Die deutschen Probanden haben 294 (91,87%), die bulgarischen 310 (96,87%) Komplimenterwiderungen geliefert.

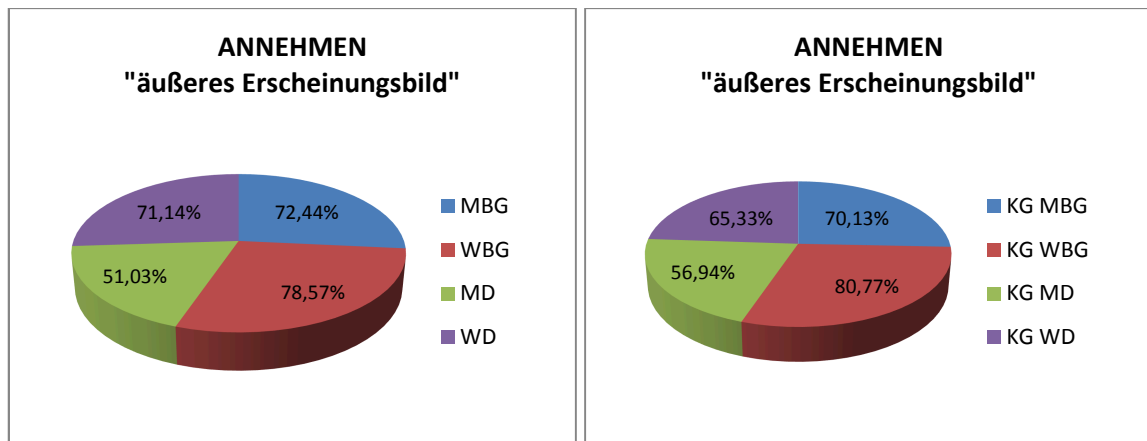


Abb. 32: Distribution der Hauptstrategie ANNEHMEN beim Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“ in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft

Abbildung 32 zeigt, dass Frauen am ehesten dazu tendieren, Komplimente über das „äußere Erscheinungsbild“ (Situation 2 – Aussehen; Situation 5 – jüngeres Aussehen) anzunehmen, wobei ein Unterschied zwischen beiden Geschlechtern vor allem in der deutschen Gruppe zu beobachten ist. Des Weiteren geht aus derselben Abbildung hervor, dass weibliche Komplimentgeber eher als männliche das ANNEHMEN dieser Komplimente auslösen. Interessant im Zusammenhang mit diesem Komplimentthema ist vor allem die Tatsache, dass diese Komplimente in den gleichgeschlechtlichen männlichen Gruppen am wenigsten angenommen werden, vor allem in der Gruppe der deutschen Männer (D AA – 43,84%, BG AA – 64,10%).

Tabelle 13: ANNAHMESTRATEGIEN beim Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“ in der Reihenfolge ihrer Vorkommenshäufigkeit in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft

MBG	%	WBG	%	MD	%	WD	%
Sichbedanken	22,44	Sichbedanken	20,78	Sichbedanken	12,41	Sichbedanken	24,16
Zurückgeben	10,26	Zurückgeben	8,44	Zustimmen	5,52	Zustimmen	14,09
Zustimmen	5,77	Zustimmen	3,25	Zurückgeben	4,14	Zurückgeben	1,34
A-Erklären	5,13	A-Erklären	1,95	Sichfreuen	1,38	Sichfreuen	0,67
Sichfreuen	1,92	Sichfreuen	1,30	A-Erklären	1,38	A-Erklären	0,67
Aufmuntern/ Ermutigen	0	Aufmuntern/ Ermutigen	0	Aufmuntern/ Ermutigen	0	Aufmuntern/ Ermutigen	0
KG MBG	%	KG WBG	%	KG MD	%	KG WD	%
Sichbedanken	19,48	Sichbedanken	23,72	Sichbedanken	20,14	Sichbedanken	16,67
Zurückgeben	9,09	Zurückgeben	9,62	Zustimmen	9,03	Zustimmen	10,67
Zustimmen	5,19	Zustimmen	3,85	Sichfreuen	2,08	Zurückgeben	3,33
A-Erklären	3,90	A-Erklären	3,21	Zurückgeben	2,08	Sichfreuen	0
Sichfreuen	1,95	Sichfreuen	1,28	A-Erklären	2,08	Aufmuntern/ Ermutigen	0
Aufmuntern/ Ermutigen	0	Aufmuntern/ Ermutigen	0	Aufmuntern/ Ermutigen	0	A-Erklären	0

Aus Tabelle 13 geht hervor, dass man sich für Komplimente über das äußere Erscheinungsbild in allen Probandengruppen am häufigsten bedankt, am seltensten wird der Dank von den deutschen Männern eingesetzt. Die zweithäufigste Strategie im ANNAHME-Bereich ist für die bulgarischen Männer und Frauen das Gegenkompliment und für die deutschen Probanden die Zustimmung. Deutsche Frauen stimmen Komplimenten über das Äußere gerne zu, bulgarische hingegen eher seltener. Bei den bulgarischen Männern ist eine Vorliebe für die Strategie „A-Erklären“ im Vergleich zu ihrem Einsatz in den restlichen drei Probandengruppen zu finden. Die Äußerung von Freude über Komplimente über das Aussehen kommt in allen vier Probandengruppen selten vor.

Betrachtet man die Verteilung der ANNAHMESTRATEGIEN in den vier Gruppen, aufgeteilt nach dem Geschlecht des Komplimentgebers, so zeigen sich keine großen geschlechtsspezifischen Unterschiede in beiden Sprachgemeinschaften (vgl. Tabelle 13).

Tabelle 14: Distribution der häufigsten Kombinationen im ANNAHME-Bereich beim Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“ unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers

KOMBINATIONEN K 1	Alle BG				Alle D			
	MBG		WBG		MD		WD	
		%		%		%		%
Sichbedanken + Zurückgeben	28	66,67	43	65,15	20	52,63	21	46,67
Sichbedanken + A-Erklären	5	11,90	13	19,70	7	18,42	6	13,33
Zustimmen + A-Erklären	2	4,67	0	0	1	2,63	9	20
Zustimmen + Zurückgeben	3	7,14	0	0	2	5,26	1	2,22
Sichbedanken + Sichfreuen	1	2,38	0	0	0	0	4	8,89
Sichfreuen + Sichbedanken	0	0	0	0	0	0	2	4,44
Gesamt²⁸⁰	42	100	66	100	38	100	45	100

Die kombinierten ANNAHMESTRATEGIEN im Zusammenhang mit diesem Komplimentthema sind der obigen Tabelle 14 zu entnehmen. Auffallend ist bei den deutschen Frauen die Kombination „Zustimmen“ und „A-Erklären“ (20%), die bei den bulgarischen Frauen gar keine Anwendung findet und in den beiden männlichen Probandengruppen selten vorkommt.

²⁸⁰ In allen Tabellen des gesamten Auswertungskapitels, die die Kombinationen von Strategien präsentieren, ist damit die Gesamtanzahl der Häufigkeiten der kombinierten Strategien in der jeweiligen Gruppe gemeint. In jeder Tabelle wird aber lediglich eine Auswahl der häufigsten Strategien dargestellt.

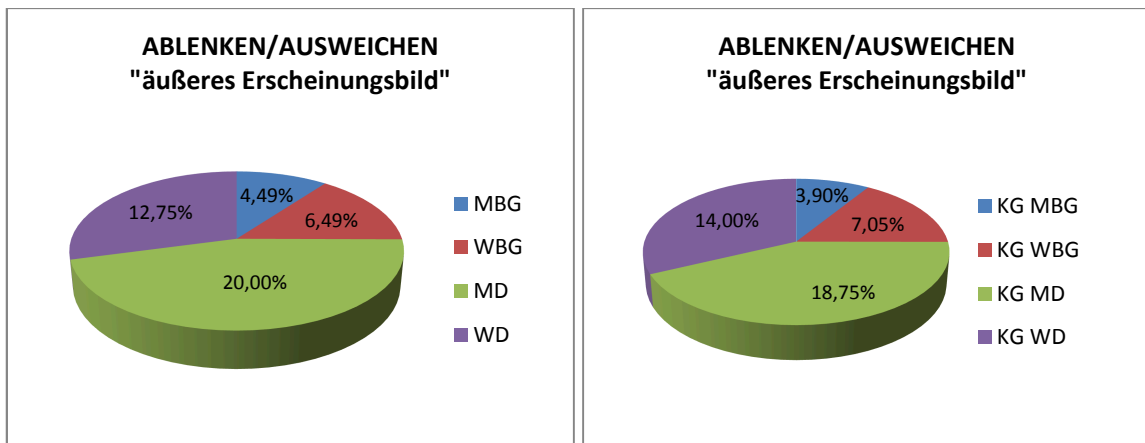


Abb. 33: Distribution der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN beim Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“ in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft

Abbildung 33 lässt deutlich erkennen, dass der Gebrauch von AUSWEICHSTRATEGIEN bei dem Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“ in der deutschen männlichen Probandengruppe im Vergleich zu den restlichen drei Gruppen am häufigsten ist. Die deutschen Männer weichen den Komplimenten über das Äußere außerdem mehr aus, wenn sie das Kompliment von einem anderen Mann bekommen haben. Zwischen den deutschen Männern und Frauen ist hinsichtlich des Gebrauchs der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN ein Unterschied zu sehen, wohingegen in der bulgarischen Gruppe die geschlechtsspezifische Differenz bei derselben Strategie kaum merkbar ist.

Hinsichtlich der geschlechtsspezifischen Unterschiede in den vier Probandengruppen, aufgeteilt nach dem Geschlecht des Komplimentgebers, ist der Abbildung 33 zu entnehmen, dass in der deutschen Gruppe eher die männlichen Komplimentgeber das Vorkommen der Strategien aus dem Kompromissbereich auslösen. Im Gegensatz dazu ist beim Einsatz der AUSWEICHSTRATEGIEN in der bulgarischen Gruppe eine leichte Präferenz für weibliche Komplimentgeber erkennbar.

Tabelle 15: AUSWEICHSTRATEGIEN beim Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“ in der Reihenfolge ihrer Vorkommenshäufigkeit in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft

MBG	%	WBG	%	MD	%	WD	%
Ausw.-Erklären	1,92	Ausw.-Erklären	0,65	Ausw.-Erklären	9,66	Ausw.-Erklären	5,37
Scherzen	1,28	Zweifeln	0,65	Scherzen	2,76	Zweifeln	4,03
Zweifeln	0,64	Bestätigung suchen	0,65	Ablenken	2,07	Scherzen	0,67
Bestätigung suchen	0	Scherzen	0	Bestätigung suchen	1,38	Bestätigung suchen	0,67
Ablenken	0	Ablenken	0	Zweifeln	0	Ablenken	0,67
Anbieten	0	Anbieten	0	Anbieten	0	Anbieten	0
KG MBG	%	KG WBG	%	KG MD	%	KG WD	%
Ausw.-Erklären	1,30	Ausw.-Erklären	1,28	Ausw.-Erklären	9,72	Ausw.-Erklären	5,33
Scherzen	0,65	Scherzen	0,64	Zweifeln	2,78	Scherzen	2
Zweifeln	0,65	Zweifeln	0,64	Scherzen	1,39	Ablenken	2
Bestätigung suchen	0	Bestätigung suchen	0,64	Bestätigung suchen	0,69	Bestätigung suchen	1,33
Anbieten	0	Anbieten	0	Ablenken	0,69	Zweifeln	1,33
Ablenken	0	Ablenken	0	Anbieten	0	Anbieten	0

Was die einzelnen AUSWEICHSTRATEGIEN betrifft, so ist die beliebteste Unterstrategie im Kompromissbereich „Ausweichen-Erklären“, die am häufigsten von den deutschen Männern eingesetzt wird (vgl. Tabelle 15). Die von den männlichen Probanden beider Sprachgemeinschaften am zweithäufigsten präferierte Strategie ist „Scherzen“, von den weiblichen hingegen „Zweifeln“. Gemeinsam haben beide Frauengruppen die Suche nach Bestätigung bei Komplimenten über ihr Äußeres, und zwar überwiegend dann, wenn sie das Kompliment von einer anderen Frau bekommen haben (BB BG – 1,28%, BB D – 1,28%). Die einzige Unterstrategie, die im Kompromissbereich in keiner der Probandengruppen auftaucht, ist „Anbieten“, was jedoch aus dem Komplimentthema resultiert.

Tabelle 15 zeigt auch, dass in den bulgarischen Daten bei keiner der AUSWEICHSTRATEGIEN besondere Vorlieben für das Geschlecht des Komplimentgebers zu verzeichnen sind. Lediglich in der deutschen Gruppe scheint der männliche Komplimentgeber der bessere Prädiktor für den Einsatz der Strategie „Ausweichen-Erklären“ zu sein.

Kombinierte AUSWEICHSTRATEGIEN im Zusammenhang mit dem äußeren Erscheinungsbild sind eher eine Seltenheit, daher wird an dieser Stelle auf die tabellarische Darstellung verzichtet. Am häufigsten werden sie jedoch von den bulgarischen Frauen und den deutschen Männern eingesetzt (WBG – 4,55%, MD – 4,14%), in den anderen beiden Probandengruppen kommen sie eher selten vor (WD – 1,34%, MBG – 0,64%). Zu erwähnen ist hier die Kombination „Bestätigung suchen“ + „Sichbedanken“, die bis auf die Gruppe der bulgarischen

Männer in allen Gruppen Verwendung findet. Unter den bulgarischen Frauen ist außerdem eine Vorliebe für die Strategie-Kombination „Sichbedanken“ + „Herabsetzen“ zu sehen.

Komplimente über das Äußere werden von den bulgarischen Frauen überhaupt nicht abgelehnt²⁸¹, umso mehr aber von den bulgarischen Männern, und zwar lediglich in der gleichgeschlechtlichen männlichen Gruppe (MBG AA – 7,69%). Unter den deutschen Probanden ist auch eine Präferenz für ABLEHNUNGSSTRATEGIEN unter den Männern zu finden (MD – 1,38%, WD – 0,67%), und zwar bevorzugt gegenüber männlichen Komplimentgebern (KG MD – 1,39%, KG WD – 0,67%).

Wie bereits an anderer Stelle erwähnt, kommt die Strategie „Ignorieren“ nur in Situation 2 vor und somit auch hier bei dem Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“. Ein frequenter Gebrauch dieser Strategie ist in den beiden männlichen Gruppen im Vergleich zum Gebrauch in den weiblichen Gruppen zu sehen (MD – 25,52% vs. WD – 15,44%, MBG – 18,59% vs. WBG – 14,29%). Es geht aus den bulgarischen Daten außerdem hervor, dass Komplimente über das Äußere bei einem männlichen Komplimentgeber mehr als bei einem weiblichen ignoriert werden (KG MBG – 20,78% vs. KG WBG – 12,18%, KG MD – 21,53%, KG WD – 19,33%).

Zusammenfassend lässt sich bezüglich des Komplimentthemas „äußeres Erscheinungsbild“ sagen, dass in der bulgarischen Gruppe keine großen Unterschiede in der Distribution der drei Hauptstrategien sowie der Strategie „Ignorieren“ bei den Männern und Frauen zu verzeichnen sind. Der diesbezüglich bei den bulgarischen Daten in Tabelle 16 angewandte Chi-Quadrat-Test²⁸² ergab einen nicht signifikanten Wert. In der deutschen Gruppe hingegen sind größere geschlechtsspezifische Differenzen bei den Strategien zu beobachten. Die Berechnung des Chi-Quadrat-Werts bei den deutschen Daten zeigte ein signifikantes Ergebnis ($\chi^2=10,83$, $df=2$, $p<0,01$; Cramér's $V=0,19$ ²⁸³), das auf eine Beziehung zwischen dem Geschlecht des Komplimentempfängers und der Distribution der Hauptstrategien²⁸⁴ beim Komplimentthema

²⁸¹ Auf die grafische Darstellung der Vorkommenshäufigkeiten der Hauptstrategie ABLEHNEN in den vier Gruppen wird auf Grund des fehlenden Werts bei den bulgarischen Frauen verzichtet.

²⁸² Der Chi-Quadrat-Test wurde für jede Sprachgemeinschaft separat gerechnet. Die Darstellung in einer gemeinsamen Tabelle erfolgt lediglich aus Platzgründen.

²⁸³ Die Berechnung nach Cramér's V gibt einen Hinweis auf die Stärke der Beziehung an (vgl. Albert/Marx 2010: 161). In diesem Fall handelt es sich um einen geringen Effekt.

²⁸⁴ Die Berechnung eines Chi-Quadrat-Tests setzt voraus, dass die „Größe der erwarteten Häufigkeiten für jede Zelle [...] nicht kleiner als fünf sein [darf]“ (Albert/Marx 2010: 135). Da in beiden Datenkorpora beim Heranziehen der Hauptstrategie ABLEHNEN zu den Chi-Quadrat-Berechnungen die erwarteten Häufigkeiten für jeweils zwei Zellen kleiner als 5 sind, werden bei der Berechnung des Chi-Quadrat-Werts nur die beobachteten Häufigkeiten der beiden Hauptstrategien ANNEHMEN und

„äußeres Erscheinungsbild“ schließen lässt. Die Signifikanz könnte daran liegen, dass deutsche Frauen Komplimente häufiger als Männer annehmen, oder daran, dass deutsche Männer Komplimente häufiger als Frauen ignorieren oder ihnen häufiger ausweichen.

Der innerhalb der jeweiligen Sprachgemeinschaft berechnete Chi-Quadrat-Wert hinsichtlich der geschlechtsspezifischen Unterschiede in der Verteilung der Hauptstrategien in den Probandengruppen, aufgeteilt nach dem Geschlecht des Komplimentgebers, erwies sich bei demselben Komplimentthema als nicht signifikant.²⁸⁵

Tabelle 16: Beobachtete Häufigkeiten der drei Hauptstrategien sowie der Strategie „Ignorieren“ beim Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“ in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht des Komplimentempfängers und der Sprachgemeinschaft

	ANNEHMEN	ABLENKEN/AUSWEICHEN	ABLEHNEN	Ignorieren
MBG	113	7	6	29
WBG	121	10	0	22
MD	74	29	2	37
WD	106	19	1	23

7.2.2 Besitz

Komplimente über Besitztümer werden am häufigsten über Neuanschaffungen gemacht, in diesem Fall handelt es sich um ein neues Handy (Situation 1) und um ein neues Auto (Situation 6). Die Möglichkeit des *opting out* wurde bei diesem Komplimentthema häufiger im Vergleich zu dem vorherigen Komplimentthema genutzt und ebenso mehr von den deutschen als von den bulgarischen Probanden (D – 14,06%, BG – 3,75%).

ABLENKEN/AUSWEICHEN sowie die der Strategie „Ignorieren“, die nur im Zusammenhang mit diesem Komplimentthema vorkommt, berücksichtigt.

²⁸⁵ Bei nicht signifikanten Ergebnissen wird aus Platzgründen im gesamten Kapitel der Datenauswertung auf die tabellarische Darstellung der beobachteten Häufigkeiten verzichtet.

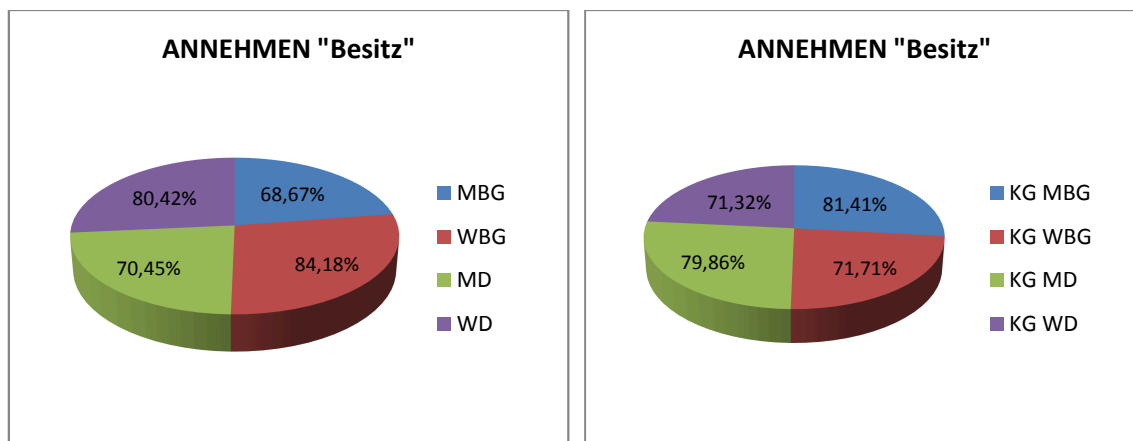


Abb. 34: Distribution der Hauptstrategie ANNEHMEN beim Komplimentthema „Besitz“ in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft

Wie aus Abbildung 34 hervorgeht, ist ANNEHMEN eine von den weiblichen Probanden in beiden Sprachgemeinschaften präferierte Strategie, wenn es sich um Besitzkomplimente handelt. Es wird aus der obigen Abbildung außerdem deutlich, dass in beiden Sprachgemeinschaften Komplimente über Neuanschaffungen bevorzugt angenommen werden, wenn sie von männlichen Komplimentgebern ausgehen.

Tabelle 17: ANNAHMESTRATEGIEN bei Besitzkomplimenten in der Reihenfolge ihrer Vorkommenshäufigkeit in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft

MBG	%	WBG	%	MD	%	WD	%
Zustimmen	19,33	Sichbedanken	22,78	Zustimmen	20,45	Zustimmen	16,08
Sichbedanken	12,67	Zustimmen	8,86	Sichbedanken	12,12	Sichbedanken	13,99
A-Erklären	5,33	A-Erklären	3,16	A-Erklären	6,82	A-Erklären	2,80
Sichfreuen	3,33	Sichfreuen	1,90	Zurückgeben	0,76	Aufmuntern/ Ermutigen	0,70
Aufmuntern/ Ermutigen	0,67	Aufmuntern/ Ermutigen	1,90	Aufmuntern/ Ermutigen	0,76	Sichfreuen	0
Zurückgeben	0	Zurückgeben	0	Sichfreuen	0	Zurückgeben	0
KG MBG	%	KG WBG	%	KG MD	%	KG WD	%
Sichbedanken	16,67	Sichbedanken	19,08	Zustimmen	23,02	Zustimmen	13,24
Zustimmen	14,10	Zustimmen	13,82	Sichbedanken	13,67	Sichbedanken	12,50
A-Erklären	4,49	A-Erklären	3,95	A-Erklären	4,32	A-Erklären	5,15
Sichfreuen	2,56	Sichfreuen	2,63	Aufmuntern/ Ermutigen	1,44	Aufmuntern/ Ermutigen	0
Aufmuntern/ Ermutigen	2,56	Aufmuntern/ Ermutigen	0	Zurückgeben	0,72	Zurückgeben	0
Zurückgeben	0	Zurückgeben	0	Sichfreuen	0	Sichfreuen	0

Der Tabelle 17 ist die Reihenfolge der präferierten ANNAHMESTRATEGIEN in den vier Probandengruppen zu entnehmen. Bis auf die Gruppe der bulgarischen Frauen stimmen alle

Probanden den Komplimenten über Besitz am häufigsten zu. Am zweithäufigsten bedanken sie sich für diese Komplimente. Es fällt außerdem auf, dass die deutschen Probanden keine Freude über Besitzkomplimente äußern. Der Ausdruck von Freude kommt bei ihnen auch nicht in Kombination mit anderen Strategien vor. Gegenkomplimente sind in Verbindung mit diesem Komplimentthema nicht vorzufinden. Ein einziges Gegenkompliment kam lediglich in der deutschen gleichgeschlechtlichen Männergruppe vor. Hinsichtlich des Gebrauchs der Strategie „A-Erklären“ ist zu sehen, dass diese in beiden Sprachgemeinschaften mehr von den männlichen Probanden eingesetzt wird.

In Tabelle 17 sind auch die Vorkommenshäufigkeiten der einzelnen ANNAHMESTRATEGIEN in den vier Probandengruppen, aufgeteilt nach dem Geschlecht des Komplimentgebers, zu sehen. Dabei zeigt sich ein vergleichsweise ausgewogenes Bild der Verteilung der einzelnen Strategien. Lediglich in der deutschen Gruppe ist ein deutlicher Unterschied zwischen den männlichen und den weiblichen Komplimentgebern bei der Strategie „Zustimmen“ zu beobachten. Interessant ist außerdem, dass die Strategie „Aufmuntern/Ermutigen“ in beiden Sprachgemeinschaften ausschließlich von einem männlichen Komplimentgeber ausgelöst wird.

Tabelle 18: Distribution der häufigsten Kombinationen im ANNAHME-Bereich bei Besitzkomplimenten unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers

KOMBINATIONEN K 1	Alle BG				Alle D			
	MBG		WBG		MD		WD	
		%		%		%		%
Sichbedanken + A-Erklären	21	51,22	32	44,44	12	30,77	26	38,81
Zustimmen + A-Erklären	7	17,07	11	15,28	14	35,9	24	35,82
Sichbedanken + Zustimmung	1	2,44	8	11,11	2	5,13	7	10,45
Zustimmen + Sichbedanken + A-Erklären	0	0	0	0	4	10,26	3	4,48
Sichbedanken + Anbieten	3	7,32	7	9,72	0	0	1	1,49
Gesamt	41	100	72	100	39	100	67	100

Auffällig im ANNAHME-Bereich ist der hohe Gebrauch von Kombinationen, vor allem in den weiblichen Gruppen (WBG – 45,57%, WD – 46,85%, MBG – 27,33%, MD – 29,55%). Tabelle 18 zeigt die Distribution der häufigsten Kombinationen bei Komplimenten über Besitz in den vier Probandengruppen. Während für die bulgarischen Probanden die Kombination „Sichbedanken“ + „A-Erklären“ den Vorrang hat, kommt bei den deutschen Probanden noch die Zustimmung in Kombination mit einer Erklärung hinzu.

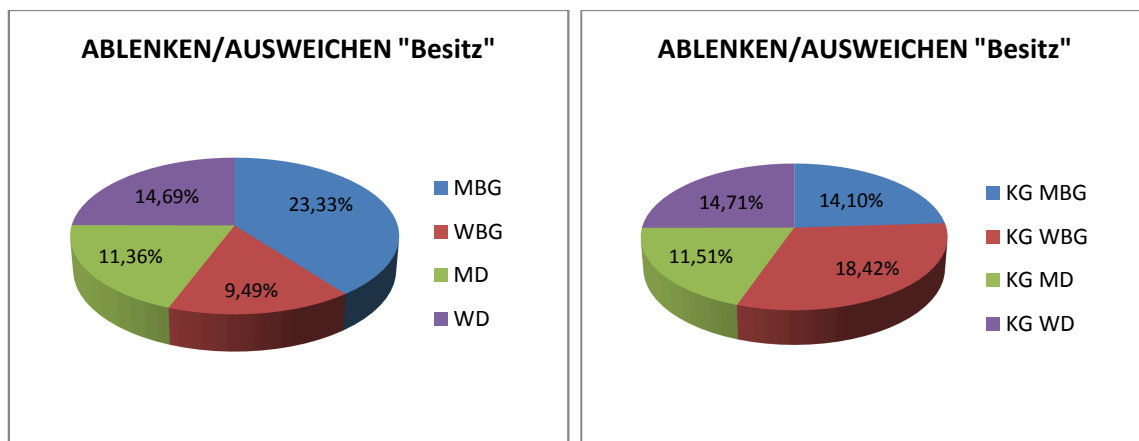


Abb. 35: Distribution der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN beim Komplimentthema „Besitz“ in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft

Wie in Abbildung 35 zu erkennen ist, weichen die bulgarischen Männer Besitzkomplimenten am häufigsten aus, während die bulgarischen Frauen das am seltensten tun. Die deutschen Männer und Frauen hingegen bedienen sich der AUSWEICHSTRATEGIEN fast zu gleichen Teilen. Darüber hinaus werden die Strategien des Kompromissbereichs in beiden Sprachgemeinschaften bevorzugt gegenüber weiblichen Komplimentgebern eingesetzt.

Tabelle 19: AUSWEICHSTRATEGIEN bei Besitzkomplimenten in der Reihenfolge ihrer Vorkommenshäufigkeit in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft

MBG	%	WBG	%	MD	%	WD	%
Ausw.-Erklären	7,33	Ausw.-Erklären	3,80	Ausw.-Erklären	3,03	Ausw.-Erklären	6,29
Anbieten	6,67	Anbieten	2,53	Anbieten	0,76	Scherzen	1,40
Scherzen	2	Zweifeln	0,63	Scherzen	0,76	Anbieten	0,70
Bestätigung suchen	0,67	Scherzen	0	Bestätigung suchen	0,76	Bestätigung suchen	0
Zweifeln	0	Bestätigung suchen	0	Zweifeln	0	Zweifeln	0
Ablenken	0	Ablenken	0	Ablenken	0	Ablenken	0
KG MBG	%	KG WBG	%	KG MD	%	KG WD	%
Ausw.-Erklären	5,77	Anbieten	5,92	Ausw.-Erklären	4,32	Ausw.-Erklären	5,15
Anbieten	3,21	Ausw.-Erklären	5,26	Anbieten	0,72	Scherzen	1,47
Scherzen	0	Scherzen	1,97	Scherzen	0,72	Anbieten	0,74
Bestätigung suchen	0	Bestätigung suchen	0,66	Bestätigung suchen	0,72	Bestätigung suchen	0
Zweifeln	0	Zweifeln	0,66	Zweifeln	0	Zweifeln	0
Ablenken	0	Ablenken	0	Ablenken	0	Ablenken	0

Um dem Kompliment auszuweichen, greifen alle Probanden am häufigsten zu einer Erklärung, wobei diese Strategie am häufigsten von den bulgarischen Männern eingesetzt wird, gefolgt von den deutschen Frauen (vgl. Tabelle 19). Auffällig im mittleren Bereich ist der frequente Einsatz der Strategie „Anbieten“ von den männlichen bulgarischen Probanden, in den

deutschen Daten ist diese Strategie nur vereinzelt zu finden, und zwar lediglich in den beiden gegengeschlechtlichen Probandengruppen. Im Unterschied zu den bulgarischen Männern setzen die bulgarischen Frauen die Humor-Strategie gar nicht ein. Die Strategien „Bestätigung suchen“ und „Zweifeln“ finden in allen Gruppen kaum Verwendung.

Der Tabelle 19 ist außerdem zu entnehmen, dass in der bulgarischen Gruppe weiblichen Komplimentgebern gegenüber die Strategie „Anbieten“ als Komplimentantwort auf Besitzkomplimente bevorzugt eingesetzt wird. Gegenüber männlichen Komplimentgebern werden eher humorvolle Komplimenterwiderungen gebraucht.

Unterschiede in Bezug auf das Vorkommen von kombinierten AUSWEICHSTRATEGIEN bei beiden Geschlechtern innerhalb der jeweiligen Sprachgemeinschaft sind nur in der bulgarischen Gruppe zu beobachten (MBG – 6,67%, WBG – 2,53%). Eine Auswahl der bevorzugten Kombinationen der vier Probandengruppen ist in Tabelle 20 zu finden.

Tabelle 20: Distribution der häufigsten Kombinationen im AUSWEICH-Bereich bei Besitzkomplimenten unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers

KOMBINATIONEN K 2	Alle BG				Alle D			
	MBG		WBG		MD		WD	
		%		%		%		%
Zustimmen + Herabsetzen	4	40	0	0	1	12,50	1	11,11
Zustimmen + ABL-Erklären	0	0	0	0	1	12,50	4	44,44
Sichbedanken + Herabsetzen	3	30	1	25	0	0	0	0
Sichbedanken + ABL-Erklären	0	0	0	0	2	25	3	33,33
Bestätigung suchen + Ausweichen-Erklären	0	0	0	0	1	25	1	11,11
Gesamt	10	100	4	100	8	100	9	100

Abbildung 36 zeigt, dass die deutschen Männer Besitzkomplimente am häufigsten ablehnen, gefolgt von den bulgarischen Männern und den beiden Frauengruppen. Darüber hinaus ist in beiden Sprachgemeinschaften die Tendenz zu erkennen, dass Frauen die besseren Prädiktoren für den Einsatz von Ablehnungen sind (vgl. Abb. 36).

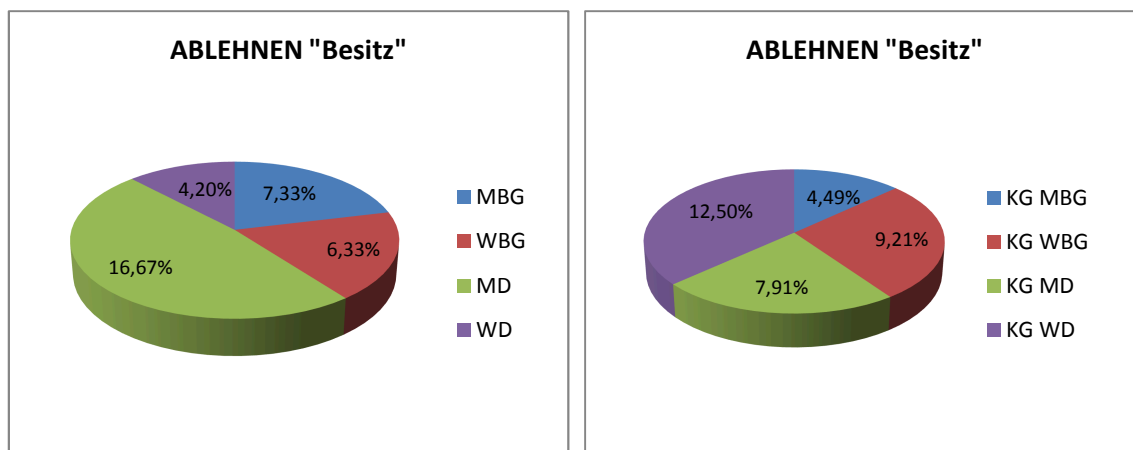


Abb. 36: Distribution der Hauptstrategie ABLEHNEN beim Komplimentthema „Besitz“ in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft

Während die häufigste ABLEHNUNGSSTRATEGIE der bulgarischen Probanden bei Besitzkomplimenten „Herabsetzen“ ist, setzen die deutschen Probanden am häufigsten die Strategie „ABL-Erklären“ ein. Zudem lösen weibliche Komplimentgeber mehr als männliche den Einsatz der beiden Strategien in der jeweiligen Sprachgemeinschaft aus (vgl. Tabelle 21).

Tabelle 21: ABLEHNUNGSSTRATEGIEN bei Besitzkomplimenten in der Reihenfolge ihrer Vorkommenshäufigkeit in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft

MBG	%	WBG	%	MD	%	WD	%
Herabsetzen	6,67	Herabsetzen	4,43	ABL-Erklären	9,85	ABL-Erklären	2,10
ABL-Erklären	0,67	ABL-Erklären	1,27	Herabsetzen	4,55	Herabsetzen	0,70
Nichtzustimmen	0	Nichtzustimmen	0	Nichtzustimmen	0	Nichtzustimmen	0
Verlegenheit ausdrücken	0	Verlegenheit ausdrücken	0	Verlegenheit ausdrücken	0	Verlegenheit ausdrücken	0
KG MBG	%	KG WBG	%	KG MD	%	KG WD	%
Herabsetzen	2,56	Herabsetzen	8,55	ABL-Erklären	4,32	ABL-Erklären	7,35
ABL-Erklären	1,28	ABL-Erklären	0,66	Herabsetzen	2,16	Herabsetzen	2,94
Nichtzustimmen	0	Nichtzustimmen	0	Nichtzustimmen	0	Nichtzustimmen	0
Verlegenheit ausdrücken	0	Verlegenheit ausdrücken	0	Verlegenheit ausdrücken	0	Verlegenheit ausdrücken	0

Die bulgarischen Probanden bedienen sich kaum der kombinierten Strategien im ABLEHNUNGS-Bereich. Diese kommen hauptsächlich in der deutschen Gruppe vor (MD – 2,27%, WD – 1,4%). Die deutschen Männer entscheiden sich für Kombinationen von den Strategien „Nichtzustimmen“ oder „Herabsetzen“ mit einer Erklärung, die deutschen Frauen bevorzugen eher die umgekehrte Reihenfolge. Interessant ist aber die Tatsache, dass diese Kombinationen ausschließlich in Situation 1 vorkamen.

Auffällig für die Situationen mit dem Komplimentthema „Besitz“ ist ebenfalls, dass in diesen Situationen die meisten Komplimentantworten vorkamen, die keiner Strategie zugeordnet werden konnten und aus diesem Grund zu der Zusatzstrategie „Andere Interpretationen“ gezählt wurden. Diese „unklassifizierbaren“ Antworten wurden am häufigsten von den deutschen Männern gegeben.

Tabelle 22: Beobachtete Häufigkeiten der drei Hauptstrategien beim Komplimentthema „Besitz“ in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht des Komplimentempfängers

	ANNEHMEN	ABLENKEN/AUSWEICHEN	ABLEHNEN
MBG	103	35	11
WBG	133	15	10
MD	93	15	22
WD	115	21	6

Der Tabelle 22 sind die beobachteten Häufigkeiten der drei Hauptstrategien beim Komplimentthema „Besitz“ in beiden Sprachgemeinschaften zu entnehmen. Für beide Sprachgemeinschaften wurden die Chi-Quadrat-Werte bezüglich der Unterschiede in der Verteilung der Hauptstrategien bei den weiblichen und männlichen Probanden berechnet, die sowohl im bulgarischen ($\chi^2=11,61$, $df=2$, $p<0,01$; Cramér's $V=0,19$) als auch im deutschen Datenkorpus ($\chi^2=11,96$, $df=2$, $p<0,01$; Cramér's $V=0,21$ ²⁸⁶) signifikant waren. Das signifikante Ergebnis in den bulgarischen Daten könnte darauf zurückgeführt werden, dass bulgarische Frauen Komplimente über Besitz häufiger als Männer annehmen, oder darauf, dass bulgarische Männer diesen Komplimenten häufiger ausweichen. Im deutschen Datenkorpus resultiert dieses Ergebnis möglicherweise daraus, dass deutsche Frauen Besitzkomplimente häufiger als Männer annehmen, oder daraus, dass deutsche Männer diese Komplimente häufiger ablehnen.

Es konnte auch bei diesem Komplimentthema kein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Geschlecht des Komplimentgebers und der Distribution der Hauptstrategien ermittelt werden. Dieses Ergebnis zeigt also, dass das Geschlecht des Komplimentgebers keine Rolle bei der Wahl der Hauptstrategie ausübt, wenn es sich um Besitzkomplimente handelt.

²⁸⁶ Cramér's V weist sowohl in den deutschen als auch in den bulgarischen Daten auf einen geringen Effekt hin.

7.2.3 Leistungen und Fähigkeiten

Das letzte Komplimentthema, das im Fragebogen vorkam, betraf Leistungen bzw. Fähigkeiten. In der dritten Situation wurden Kochkünste komplimentiert, in der vierten eine herausragende Hausarbeit. An dieser Stelle muss angemerkt werden, dass Komplimente über Leistungen und Fähigkeiten im Vergleich zu den anderen beiden Themen am häufigsten angenommen werden.

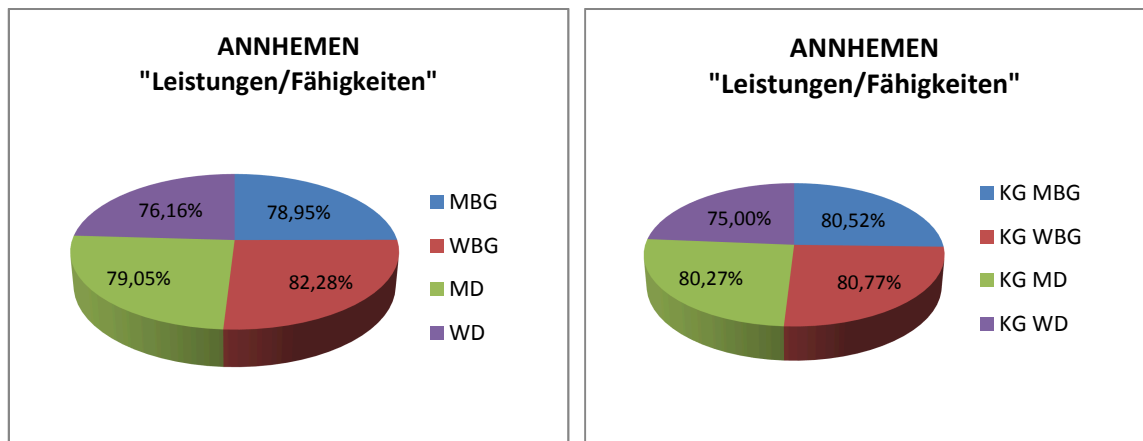


Abb. 37: Distribution der Hauptstrategie ANNEHMEN beim Komplimentthema „Leistungen/Fähigkeiten“ in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft

Abbildung 37 zeigt, dass sich die bulgarischen Frauen im Vergleich zu den anderen drei Gruppen am häufigsten der Hauptstrategie ANNEHMEN bedienen, wenn sie Komplimente über ihre Leistungen bzw. Fähigkeiten bekommen. Es ist außerdem ersichtlich, dass das Geschlecht des Komplimentgebers bei den bulgarischen Probanden keine Rolle beim Gebrauch der Hauptstrategie ANNEHMEN spielt, wohingegen in der deutschen Gruppe die männlichen Komplimentgeber die besseren Prädiktoren für den Einsatz dieser Strategie zu sein scheinen.

Bis auf die bulgarischen Frauen, die sich am häufigsten der Strategie „Sichfreuen“ bedient haben, ist der Dank die beliebteste ANNAHMESTRATEGIE bei Komplimenten über Leistungen und Fähigkeiten. Die Präferenzen für die zweithäufigste Strategie unterscheiden sich in den vier Gruppen und können der Tabelle 23 entnommen werden. Der Ausdruck von Freude sticht bei diesem Komplimentthema im Vergleich zu den anderen beiden Komplimentthemen hervor. Es zeigt sich in beiden Sprachgemeinschaften eine leichte Präferenz für männliche Komplimentgeber beim Einsatz dieser Strategie. Die Strategie „A-Erklären“ findet ebenfalls häufig Verwendung, ausgenommen die Gruppe der deutschen Frauen, in der sie am seltensten eingesetzt wird. Es ist aus der nachfolgenden Tabelle außerdem zu ersehen, dass in allen vier

Gruppen weder Gegenkomplimente noch Aufmunterungen bzw. Ermutigungen als Komplimentantworten vorkommen.

Tabelle 23: ANNAHMESTRATEGIEN beim Komplimentthema „Leistungen/Fähigkeiten“ in der Reihenfolge ihrer Vorkommenshäufigkeit in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft

MBG	%	WBG	%	MD	%	WD	%
Sichbedanken	21,05	Sichfreuen	13,29	Sichbedanken	29,73	Sichbedanken	19,21
A-Erklären	11,84	Sichbedanken	12,66	Sichfreuen	5,41	Sichfreuen	4,64
Sichfreuen	6,58	A-Erklären	5,70	A-Erklären	5,41	A-Erklären	1,32
Zustimmen	1,97	Zustimmen	0,63	Zustimmen	2,03	Zustimmen	1,32
Zurückgeben	0	Zurückgeben	0	Zurückgeben	0	Zurückgeben	0
Aufmuntern/ Ermutigen	0	Aufmuntern/ Ermutigen	0	Aufmuntern/ Ermutigen	0	Aufmuntern/ Ermutigen	0
KG MBG	%	KG WBG	%	KG MD	%	KG WD	%
Sichbedanken	16,23	Sichbedanken	17,31	Sichbedanken	23,81	Sichbedanken	25
Sichfreuen	11,04	Sichfreuen	8,97	Sichfreuen	6,80	Sichfreuen	3,29
A-Erklären	8,44	A-Erklären	8,97	A-Erklären	4,76	A-Erklären	1,97
Zustimmen	0,65	Zustimmen	1,92	Zustimmen	1,36	Zustimmen	1,97
Zurückgeben	0	Zurückgeben	0	Zurückgeben	0	Zurückgeben	0
Aufmuntern/ Ermutigen	0	Aufmuntern/ Ermutigen	0	Aufmuntern/ Ermutigen	0	Aufmuntern/ Ermutigen	0

Im Zusammenhang mit diesem Komplimentthema kommen die meisten Kombinationen vor. Vor allem die bulgarischen Frauen beantworten 50% dieser Komplimente mit Kombinationen verschiedener ANNAHMESTRATEGIEN. Dasselbe gilt auch für die deutschen Frauen (49,67%). In den Männergruppen werden ANNAHME-Kombinationen seltener gebraucht, aber immer noch am häufigsten im Vergleich zu ihrem Einsatz bei den anderen zwei Komplimentthemen (MBG – 37,50%, MD – 36,49%). Die häufigsten kombinierten Strategien im ANNAHME-Bereich können der nachfolgenden Tabelle 24 entnommen werden. Es fällt auf, dass die Äußerung von Freude in Kombination mit einem Dank eine bei den Frauen beliebte Kombination ist.

Tabelle 24: Distribution der häufigsten Kombinationen im ANNAHME-Bereich beim Komplimentthema „Leistungen/Fähigkeiten“ unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers

KOMBINATIONEN K 1	Alle BG				Alle D			
	MBG		WBG		MD		WD	
		%		%		%		%
Sichbedanken + A-Erklären	37	64,91	38	48,10	22	40,74	19	25,33
Sichbedanken + Sichfreuen	5	8,77	27	34,18	10	18,52	31	41,33
Sichfreuen + A-Erklären	2	3,51	4	5,06	4	7,14	3	4
Sichfreuen + Sichbedanken	0	0	1	1,27	5	9,26	3	4
Gesamt	57	100	79	100	54	100	75	100

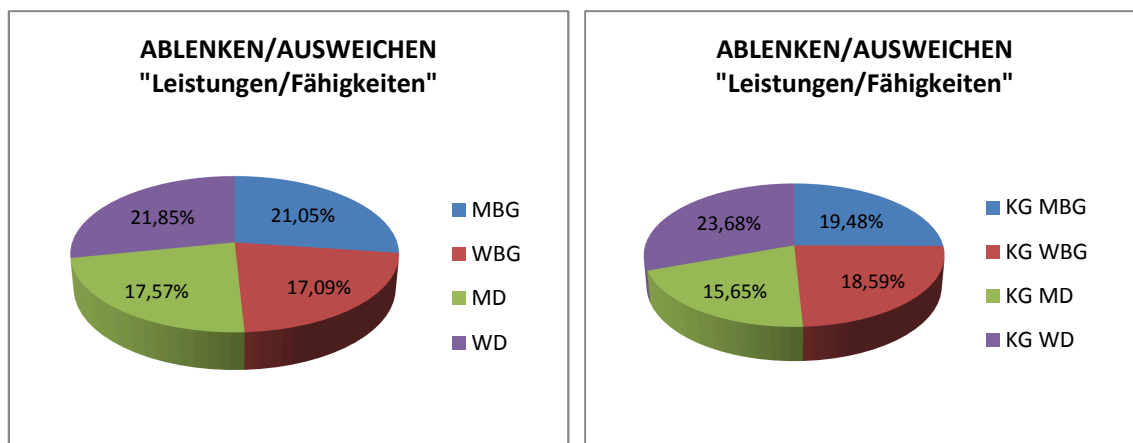


Abb. 38: Distribution der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN beim Komplimentthema „Leistungen/Fähigkeiten“ in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft

Abbildung 38 zeigt einen fast identischen Gebrauch der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN in den vier Probandengruppen, aufgeteilt nach dem Geschlecht des Komplimentempfängers. Darüber hinaus ist dem Diagramm zu entnehmen, dass das Geschlecht des Komplimentgebers in der bulgarischen Gruppe keinen Einfluss beim Einsatz dieser Hauptstrategie ausübt. Im Vergleich dazu ist in der deutschen Probandengruppe zu erkennen, dass bei diesem Komplimentthema den Komplimenten weiblicher Komplimentgeber häufiger als denen männlicher Komplimentgeber ausgewichen wird.

Bei der Verteilung der einzelnen AUSWEICHSTRATEGIEN fällt auf, dass die häufigste männliche Strategie „Scherzen“ ist (vgl. Tabelle 25). Die bulgarischen Frauen setzen sie gar nicht ein, bei den deutschen Frauen kommt sie nur in der gleichgeschlechtlichen Gruppe vor (WD BB – 1,32%). Die häufigste Strategie unter den bulgarischen Frauen ist „Ausweichen-Erklären“, unter den deutschen „Zweifeln“. Interessant zu erwähnen ist, dass die Strategie „Zweifeln“ im Zusammenhang mit diesem Komplimentthema verglichen mit den anderen beiden Komplimentthemen vermehrt Verwendung findet.

Im Zusammenhang mit der Vorkommenshäufigkeit der einzelnen Strategien in den vier Gruppen, aufgeteilt nach dem Geschlecht des Komplimentgebers, ist im bulgarischen Korpus bei der Strategie „Ablenken“ eine eindeutige Präferenz für männliche Komplimentgeber zu finden. Bei den anderen Strategien sind keine nennenswerten Besonderheiten zu beobachten.

Tabelle 25: AUSWEICHSTRATEGIEN beim Komplimentthema „Leistungen/Fähigkeiten“ in der Reihenfolge ihrer Vorkommenshäufigkeit in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft

MBG	%	WBG	%	MD	%	WD	%
Scherzen	5,26	Ausw.-Erklären	1,90	Scherzen	4,05	Zweifeln	2,65
Ausw.-Erklären	3,95	Anbieten	1,27	Ausw.-Erklären	2,70	Ausw.-Erklären	2,65
Zweifeln	2,63	Zweifeln	1,27	Zweifeln	2,70	Bestätigung suchen	1,99
Anbieten	1,32	Ablenken	1,27	Bestätigung suchen	0,68	Scherzen	0,66
Bestätigung suchen	0,66	Bestätigung suchen	0,63	Anbieten	0	Anbieten	0
Ablenken	0,66	Scherzen	0	Ablenken	0	Ablenken	0
KG MBG	%	KG WBG	%	KG MD	%	KG WD	%
Ausw.-Erklären	3,90	Zweifeln	2,56	Ausw.-Erklären	2,72	Zweifeln	3,29
Scherzen	3,25	Anbieten	1,92	Scherzen	2,04	Scherzen	2,63
Ablenken	1,95	Scherzen	1,92	Zweifeln	2,04	Ausw.-Erklären	2,63
Zweifeln	1,30	Ausw.-Erklären	1,92	Bestätigung suchen	0,68	Bestätigung suchen	1,97
Anbieten	0,65	Bestätigung suchen	1,28	Anbieten	0	Anbieten	0
Bestätigung suchen	0	Ablenken	0	Ablenken	0	Ablenken	0

Was die Kombinationen von AUSWEICHSTRATEGIEN beim Komplimentthema „Leistungen/Fähigkeiten“ betrifft, finden diese am häufigsten bei den Frauen Verwendung (WD – 13,91%, WBG – 10,76%). Sie werden aber ebenfalls von den männlichen Probanden genutzt (MD – 7,43%, MBG – 6,58%). Tabelle 26 zeigt die beliebtesten Kombinationen sowie ihre Distribution in den einzelnen Gruppen.

Tabelle 26: Distribution der häufigsten Kombinationen im AUSWEICH-Bereich beim Komplimentthema „Leistungen/Fähigkeiten“ unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers

KOMBINATIONEN K 2	Alle BG				Alle D			
	MBG		WBG		MD		WD	
		%		%		%		%
Sichbedanken + Herabsetzen	3	30	4	23,53	0	0	2	9,52
Bestätigung suchen + Sichbedanken	2	20	1	5,88	3	27,27	4	19,05
Bestätigung suchen + Zweifeln	3	30	1	5,88	0	0	0	0
Zweifeln + Sichbedanken	1	10	2	18,18	1	5,88	2	9,52
Gesamt	10	100	17	100	11	100	21	100

Interessant bezüglich des Komplimentthemas „Leistungen/Fähigkeiten“ ist der ABLEHNUNGS-Bereich. Die bulgarischen Probanden lehnen diese Komplimente kaum ab. In der deutschen Gruppe sind es die Männer, die die ABLEHNUNGSSTRATEGIEN vorziehen (MD – 3,38%, WD – 1,32%), vor allem dann, wenn sie die Komplimente von anderen Männern erhalten (KG MD – 3,40% vs. KG WD – 1,32%). Die einzige Strategie, die verwendet wird, ist „Herabsetzen“. Es muss noch erwähnt werden, dass im Zusammenhang mit diesem Komplimentthema die

einzigste Komplimentantwort kam, die der Strategie „Verlegenheit ausdrücken“ zugeordnet werden konnte. Kombinierte ABLEHNUNGSSTRATEGIEN finden lediglich unter den bulgarischen Frauen Verwendung.

Es lässt sich abschließend sagen, dass die Berechnung der Chi-Quadrat-Werte in Bezug auf geschlechtsspezifische Unterschiede in der Distribution der Hauptstrategien²⁸⁷ im Zusammenhang mit dem Geschlecht des Komplimentempfängers sowie dem des Komplimentgebers beim Komplimentthema „Leistungen/Fähigkeiten“ in beiden Sprachgemeinschaften keine signifikanten Ergebnisse ergab. Somit können die in diesem Kapitel beschriebenen Differenzen zwischen Männern und Frauen lediglich als Tendenzen betrachtet werden. Allerdings sind weitere Untersuchungen nötig, um diese Tendenzen zu bestätigen.

7.2.4 Komplimentthemen im Vergleich

In diesem Kapitel soll ein zusammenfassender Vergleich zwischen den beiden Sprachgemeinschaften in Bezug auf die Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien bei den drei Komplimentthemen erfolgen. Dabei wird darauf eingegangen, welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede in beiden Sprachgemeinschaften hinsichtlich ihrer Präferenzen für bestimmte Komplimenterwiderungsstrategien in Abhängigkeit mit den drei Komplimentthemen zu verzeichnen sind.

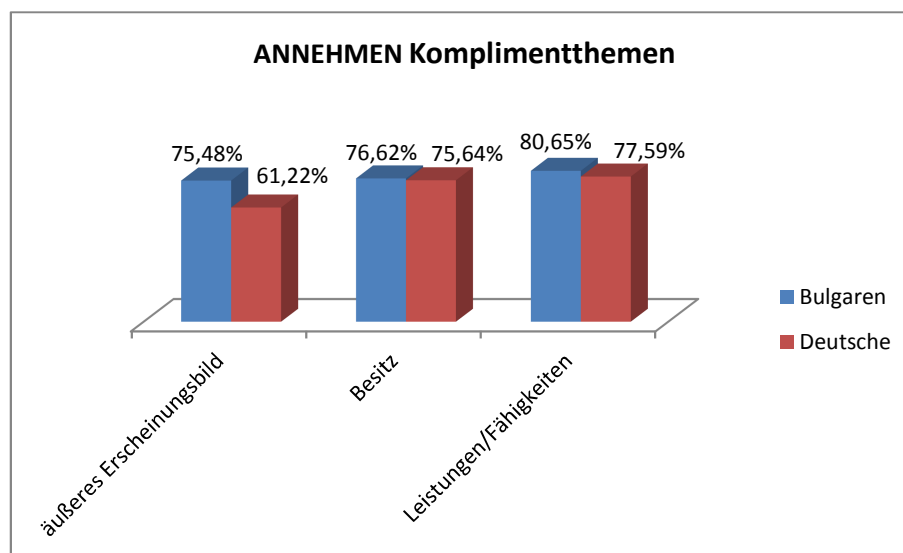


Abb. 39: Distribution der Hauptstrategie ANNEHMEN bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit den drei Komplimentthemen

²⁸⁷ Ausgenommen die Hauptstrategie ABLEHNEN wegen der niedrigen erwarteten Häufigkeitswerte.

Zunächst kann festgehalten werden, dass sowohl Deutsche als auch Bulgaren Komplimente unabhängig von dem jeweiligen Komplimentthema am häufigsten annehmen. Jedoch scheinen Komplimente über Leistungen bzw. Fähigkeiten am unproblematischsten zu sein, da diese am häufigsten angenommen werden (BG – 80,65%, D – 77,59%) (vgl. Abb. 39). Ein Unterschied zwischen den beiden Sprachgemeinschaften ergibt sich lediglich in Bezug auf Komplimente mit dem Thema „äußeres Erscheinungsbild“, die von den bulgarischen Probanden bevorzugt angenommen werden (BG – 75,48%, D – 61,22%). Das Akzeptieren von Besitzkomplimenten erfolgt in beiden Probandengruppen fast zu gleichen Teilen (BG – 76,62%, D – 75,64%). Der berechnete Chi-Quadrat-Wert hinsichtlich der Distribution der Hauptstrategie ANNEHMEN in Bezug auf Unterschiede bei den drei Komplimentthemen und den Sprachgemeinschaften war allerdings nicht signifikant.

Betrachtet man die ANNAHMESTRATEGIEN (vgl. zu den folgenden Ausführungen Tabelle 30), die bei den drei Komplimentthemen zum Einsatz kommen im Einzelnen, so ist „Sichbedanken“ die von den deutschen und den bulgarischen Probanden am häufigsten eingesetzte Strategie. Eine Ausnahme stellt die deutsche Gruppe dar, die in Bezug auf Besitzkomplimente am häufigsten die Strategie „Zustimmen“ einsetzt. Was die zweithäufigste Strategie betrifft, so werden je nach Komplimentthema andere Strategien bevorzugt. Beispielsweise kommt der Ausdruck von Freude am zweithäufigsten bei Komplimenten über Leistungen bzw. Fähigkeiten vor, wobei sich die bulgarischen Probanden doppelt so häufig wie die deutschen dieser Strategie bedienen. Während Bulgaren bei Komplimenten über das äußere Erscheinungsbild am zweithäufigsten Gegenkomplimente machen, stimmen Deutsche diesen zu. „Zustimmen“ ist die zweithäufigste Strategie der bulgarischen Probanden bei Besitzkomplimenten, die deutschen Probanden ziehen vor, sich dafür zu bedanken. Interessant bei der Distribution der einzelnen Komplimenterwiderungsstrategien ist, dass Gegenkomplimente lediglich im Zusammenhang mit dem Äußeren gemacht werden, und es ist sehr auffällig, dass die bulgarischen Probanden dreimal so häufig wie die deutschen Komplimente zurückgeben. Während die Bulgaren in Bezug auf Besitzkomplimente Freude ausdrücken, findet diese Strategie unter den deutschen Probanden im Zusammenhang mit diesem Komplimentthema keine Verwendung. Erklärungen als Komplimentannahme sind bei allen drei Komplimentthemen zu finden, jedoch am häufigsten im bulgarischen Korpus beim Thema „Leistungen/Fähigkeiten“, wo auch die meisten kombinierten Strategien zum Einsatz kommen.

Tabelle 27: Distribution der häufigsten kombinierten ANNAHMESTRATEGIEN bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit den drei Komplimentthemen

KOMBINATIONEN K1	äußeres Erscheinungsbild		Besitz		Leistungen/Fähigkeiten	
	Bulgaren %	Deutsche %	Bulgaren %	Deutsche %	Bulgaren %	Deutsche %
Sichbedanken + A-Erklären	16,67	15,66	46,90	35,85	55,15	31,78
Sichbedanken + Zurückgeben	65,74	49,40	1,77	0	0,74	0
Sichbedanken + Sichfreuen	0,93	4,82	0,88	0	23,53	31,78
Zustimmen + A-Erklären	1,85	12,85	15,93	35,85	2,21	2,33
Sichbedanken + Zustimmung	1,85	3,61	7,96	8,49	0,74	0,78

Wie Tabelle 27 zeigt, werden je nach Komplimentthema unterschiedliche ANNAHMESTRATEGIEN kombiniert. Während bei dem Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“ am häufigsten der Dank mit dem Gegenkompliment kombiniert wird, hat bei Besitzkomplimenten sowie bei solchen über Leistungen und Fähigkeiten die Kombination „Sichbedanken“ + „A-Erklären“ den Vorrang, bei dem letzteren Komplimentthema aber auch der Dank in Kombination mit der Äußerung von Freude.

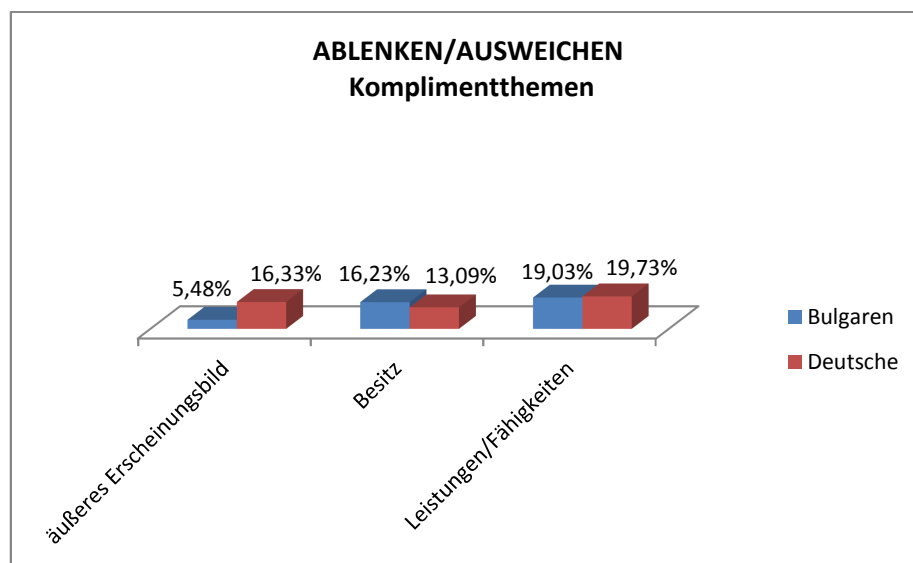


Abb. 40: Distribution der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit den drei Komplimentthemen

Aus Abbildung 40 geht hervor, dass deutsche Probanden im Vergleich zu ihren bulgarischen Pendanten fast dreimal so häufig den Komplimenten über ihr Äußeres ausweichen²⁸⁸ (D – 16,33%, BG – 5,48%). Bei den Besitzkomplimenten ist ebenfalls ein Unterschied zwischen

²⁸⁸ Ein deutlicher Unterschied zwischen beiden Sprachgemeinschaften beim Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“ zeigt sich auch, wenn man die Strategie „Ignorieren“ zu den AUSWEICHSTRATEGIEN dazurechnet (D – 36,73%, BG – 21,94%).

Bulgaren und Deutschen zu sehen (BG – 16,23%, D – 13,09%), während bezüglich der Komplimente über ihre Leistungen und Fähigkeiten beide Probandengruppen fast zu gleichen Teilen die Strategien des Kompromissbereichs einsetzen (D – 19,73%, BG – 19,03%).

Tabelle 28: Beobachtete Häufigkeiten der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN bei den drei Komplimentthemen und den Sprachgemeinschaften

	äußeres ²⁸⁹ Erscheinungsbild	Besitz	Leistungen/Fähigkeiten
Bulgaren	68	50	59
Deutsche	108	36	59

Ein bei den Daten in Tabelle 28 angewandter Chi-Quadrat-Test hinsichtlich der Distribution der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN in Bezug auf Differenzen bei den drei Komplimentthemen und den Sprachgemeinschaften ergab ein signifikantes Ergebnis ($\chi^2=9,64$, $df=2$, $p<0,01$; Cramér's $V=0,16^{290}$). Das Ergebnis könnte daran liegen, dass sich die deutschen Probanden bei Komplimenten über das äußere Erscheinungsbild häufiger als die bulgarischen für die Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN entscheiden, oder auch daran, dass die bulgarischen Probanden Besitzkomplimenten häufiger als die deutschen ausweichen.

Die Unterstrategien im mittleren Bereich zeigen eine sehr unterschiedliche Verteilung (vgl. zu den folgenden Ausführungen Tabelle 30). Die häufigste Unterstrategie ist „Ausweichen-Erklären“, die im Zusammenhang mit Besitzkomplimenten und solchen über Leistungen bzw. Fähigkeiten von den deutschen und den bulgarischen Probanden fast zu gleichen Teilen verwendet wird. Ein auffälliger Unterschied ergibt sich lediglich im Zusammenhang mit dem Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“: Die deutschen Probanden bedienen sich deutlich mehr der ausweichenden Erklärung als die bulgarischen. Nennenswert ist ebenfalls die Vorkommenshäufigkeit der Strategie „Anbieten“, die überwiegend von den bulgarischen Probanden im Zusammenhang mit Besitzkomplimenten eingesetzt wird, sowie die der Strategie „Scherzen“, die am häufigsten bei Komplimenten über Leistungen bzw. Fähigkeiten vorkommt. Die Strategie „Zweifeln“ findet in beiden Sprachgemeinschaften bei dem Komplimentthema „Leistungen/Fähigkeiten“ am häufigsten Verwendung. In der deutschen Gruppe ist die Strategie „Zweifeln“ auch häufig bei Komplimenten über das Äußere anzutreffen. Die Unterstrategie „Ablenken“ kommt sehr selten vor.

²⁸⁹ Da die Strategie „Ignorieren“ lediglich in Situation 2 vorkam und somit bei dem Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“, wurde sie bei der Berechnung des Chi-Quadrat-Tests der ähnlichsten Hauptstrategie (ABLENKEN/AUSWEICHEN) hinzugefügt.

²⁹⁰ Cramér's V weist mit einem Wert von 0,16 auf einen geringen Effekt hin.

Tabelle 29: Distribution der häufigsten kombinierten AUSWEICHSTRATEGIEN bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit den drei Komplimentthemen

KOMBINATIONEN K2	äußeres Erscheinungsbild		Besitz		Leistungen/Fähigkeiten	
	Bulgaren %	Deutsche %	Bulgaren %	Deutsche %	Bulgaren %	Deutsche %
Sichbedanken + Herabsetzen	37,5	0	30,77	0	25,93	6,25
Sichbedanken + ABL-Erklären	0	0	0	29,41	0	0
Bestätigung suchen + Sichbedanken	25	25	0	0	11,11	21,88
Zustimmen + Herabsetzen	0	0	30,77	11,76	0	0
Zustimmen + ABL-Erklären	0	0	0	29,41	0	0

Wie der obigen Tabelle 29 zu entnehmen ist, werden je nach Komplimentthema und Sprachgemeinschaft unterschiedliche AUSWEICH-Kombinationen präferiert.

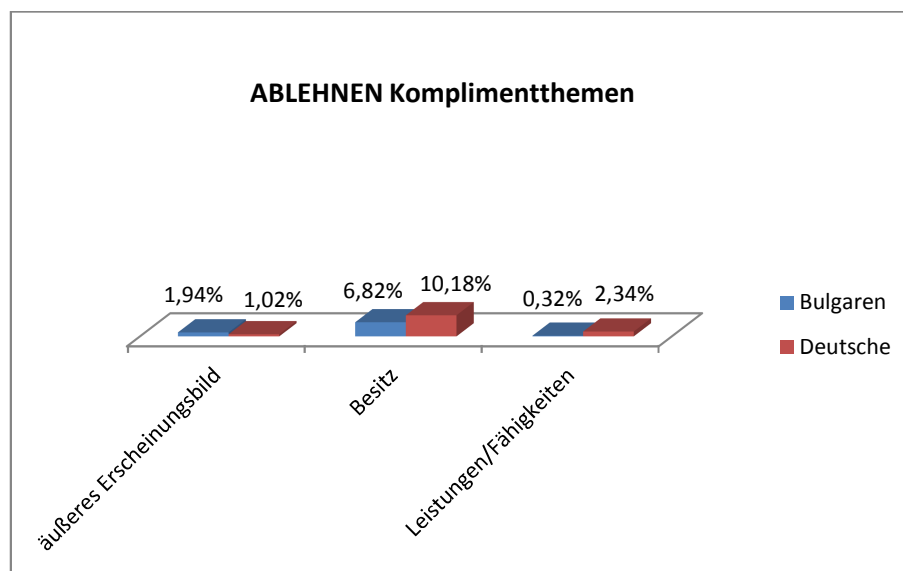


Abb. 41: Distribution der Hauptstrategie ABLEHNEN bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit den drei Komplimentthemen

Aus dem obigen Diagramm 41 geht hervor, dass Komplimente über Besitz am häufigsten abgelehnt werden²⁹¹ (D – 10,18%, BG – 6,82%). Hinsichtlich der Komplimente zum Äußeren machen Bulgaren und Deutsche fast zu gleichen Teilen von der Hauptstrategie ABLEHNEN Gebrauch (BG – 1,94%, D – 1,02%), während bezüglich der Komplimente über Leistungen und

²⁹¹ Auf die Anwendung eines Chi-Quadrat-Tests hinsichtlich der Distribution der Hauptstrategie ABLEHNEN in Bezug auf Unterschiede bei den drei Komplimentthemen und den Sprachgemeinschaften wurde auf Grund der geringen erwarteten Häufigkeiten bei zwei der Zellen verzichtet (vgl. dazu Albert/Marx 2010: 135).

Fähigkeiten der Gebrauch dieser Strategie in der deutschen Gruppe ausgeprägter ist (D – 2,34%, BG – 0,32%).

Die Unterstrategie „Nichtzustimmen“ kommt als Komplimentantwort ausschließlich bei Komplimenten über das Äußere vor und vermehrt unter den bulgarischen Probanden. Die beliebteste ABLEHNUNGSSTRATEGIE im Zusammenhang mit Besitzkomplimenten seitens der Bulgaren ist „Herabsetzen“ und seitens der Deutschen „ABL-Erklären“. Die Strategie „Herabsetzen“ ist in beiden Sprachgemeinschaften auch im Zusammenhang mit dem Äußeren zu finden und bezüglich des Komplimentthemas „Leistungen/Fähigkeiten“ ausschließlich bei den deutschen Probanden anzutreffen (vgl. Tabelle 30).

Tabelle 30: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit den drei Komplimentthemen

KOMPLIMENTERWIDERUNGS- STRATEGIEN	äußeres Erscheinungsbild		Besitz		Leistungen/Fähigkeiten	
	Bulgaren %	Deutsche %	Bulgaren %	Deutsche %	Bulgaren %	Deutsche %
1. Zustimmung	4,52	9,86	13,96	18,18	1,29	1,67
2. Sichbedanken	21,61	18,37	17,86	13,09	16,77	24,41
3. Sichfreuen	1,61	1,02	2,60	0	10	5,02
4. Zurückgeben	9,35	2,72	0	0,36	0	0
5. Aufmuntern/Ermutigen	0	0	1,30	0,73	0	0
6. A-Erklären	3,55	1,02	4,22	4,73	8,71	3,34
Kombinationen K1	34,84	28,2	36,69	38,55	43,87	43,14
ANNEHMEN	75,48	61,22	76,62	75,64	80,65	77,59
7. Anbieten	0	0	4,55	0,73	1,29	0
8. Scherzen	0,65	1,70	0,97	1,09	2,58	2,34
9. Bestätigung suchen	0,32	1,02	0,32	0,36	0,65	1,34
10. Zweifeln	0,65	2,04	0,32	0	1,94	2,68
11. Ablenken	0	1,36	0	0	0,97	0
12. Ausweichen-Erklären	1,29	7,48	5,52	4,73	2,90	2,68
Kombinationen K2	2,58	2,72	4,55	6,18	8,71	10,70
ABLENKEN/AUSWEICHEN	5,48	16,33	16,23	13,09	19,03	19,73
13. Nichtzustimmen	0,97	0,34	0	0	0	0
14. Herabsetzen	0,65	0,34	5,52	2,55	0	2,01
15. Verlegenheit ausdrücken	0	0	0	0	0	0,33
16. ABL-Erklären	0,32	0,34	0,97	5,82	0	0
Kombinationen K3	0	0	0,32	1,82	0,32	0
ABLEHNEN	1,94	1,02	6,82	10,18	0,32	2,34
Ignorieren	16,45	20,41	0	0	0	0
Andere Interpretationen	0,65	1,02	0,32	1,09	0	0,33

7.3 Status

Wie bereits an anderer Stelle erwähnt, wurden in den einzelnen Situationen nicht nur die Komplimentthemen variiert, sondern auch der Status²⁹² der Interaktanten. In den sechs Situationen ergaben sich folgende Variationen: gleicher Status ($x=y$)²⁹³ der Interaktanten in Situationen 1 und 2, höherer Status des Komplimentempfängers im Vergleich zu jenem des Komplimentgebers ($x>y$) in Situationen 3 und 6, und niedrigerer Status des Komplimentempfängers im Vergleich zu jenem des Komplimentgebers ($x<y$) in Situationen 4 und 5.

7.3.1 Gleicher Status der Interaktanten

Um einen gleichen Status ($x=y$) handelt es sich in den Situationen 1 (Komplimentthema „Besitz“) und 2 (Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“), in Situation 1 sind die beiden Interaktanten befreundet, in Situation 2, bedingt durch das seltene Zusammentreffen, lediglich bekannt. Die Daten aus beiden Sprachgemeinschaften zeigen, dass wenn beide Interaktionspartner einen gleichen Status haben, die Frauen am häufigsten die ANNAHMESTRATEGIEN gebrauchen (WBG – 80%, WD – 71,24%), während diese in den männlichen Gruppen weniger zum Einsatz kommen (MBG – 64,29%, MD – 55,33%). In Interaktionen mit einem gleichen Status der Gesprächspartner rufen in der bulgarischen Gruppe die weiblichen Komplimentgeber mehr als die männlichen die ANNAHME der Komplimente hervor, während in den deutschen Daten keine Präferenz hinsichtlich des Geschlechts des Komplimentgebers zu beobachten ist (vgl. zu den folgenden Ausführungen Tabelle 31).

²⁹² Wie in Kap. 6.2 erläutert, sollten sich die Probanden in zwei der Situationen in eine Rolle hineinversetzen, in der sie laut Situationsbeschreibung einen höheren Status als den des Komplimentgebers hatten, in zwei anderen Situationen hingegen in die Rolle eines Komplimentempfängers mit einem niedrigeren Status als dem des Komplimentgebers.

²⁹³ Wie in Kapitel 6.2 erläutert, handelt es sich bei x um den Komplimentempfänger, um die Person, die die Komplimenterwidmung äußert, und bei y um den Komplimentgeber.

Tabelle 31: Distribution der Komplimentenwiderungsstrategien bei einem gleichen Status der Interaktanten in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der Sprachgemeinschaft

KOMPLIMENTENWIDERUNGS- STRATEGIEN	Bulgaren				Deutsche			
	MBG		WBG		MD		WD	
	%		%		%		%	
1. Zustimmung	11,04		4,38		13,33		11,11	
2. Sichbedanken	13,64		18,13		10		21,57	
3. Sichfreuen	1,30		1,25		0		0	
4. Zurückgeben	9,09		6,88		2,67		0,65	
5. Aufmuntern/Ermutigen	0		0,63		0		0,65	
6. A-Erklären	0,65		1,88		0		0,65	
Kombinationen K1	28,57		46,88		29,33		36,60	
ANNEHMEN	64,29		80		55,33		71,24	
7. Anbieten	1,95		0		0		0	
8. Scherzen	0,65		0		0		0,65	
9. Bestätigung suchen	0		0		0		0	
10. Zweifeln	0		0		0		0,65	
11. Ablenken	0		0		1,33		0	
12. Ausweichen-Erklären	5,19		1,88		1,33		2,61	
Kombinationen K2	3,25		1,25		4		5,88	
ABLENKEN/AUSWEICHEN	11,04		3,13		6,67		9,80	
13. Nichtzustimmen	0		0		0		0	
14. Herabsetzen	4,55		1,88		2		0	
15. Verlegenheit ausdrücken	0		0		0		0	
16. ABL-Erklären	1,30		1,25		8		1,96	
Kombinationen K3	0		0		2		1,31	
ABLEHNEN	5,84		3,13		12		3,27	
Ignorieren	18,83		13,75		24,67		15,03	
Andere Interpretationen	0		0		1,33		0,65	

In den Situationen mit einem gleichen Status der Interaktanten ist der Dank die häufigste Strategie der weiblichen Probanden beider Sprachgemeinschaften sowie der bulgarischen Männer. Im Gegensatz dazu stimmen deutsche Männer in dieser Statuskonstellation den Komplimenten am häufigsten zu. Die Zustimmung kommt in den restlichen drei Probandengruppen an zweiter Stelle vor. Auffällig im ANNAHME-Bereich ist, dass die Strategie „Sichfreuen“ in den deutschen Daten überhaupt nicht vorkommt, wenn die Interagierenden einen gleichen Status haben, in der bulgarischen Gruppe hingegen äußern die bulgarischen Männer und Frauen gleich häufig Freude über die erhaltenen Komplimente. Interessant ist außerdem die Tatsache, dass die Äußerung von Freude lediglich in den gleichgeschlechtlichen bulgarischen Gruppen zu finden ist. Des Weiteren ist aus den Daten in Tabelle 31 ersichtlich, dass Gegenkomplimente in den beiden bulgarischen Probandengruppen hervorstechen.

Das Geschlecht des Komplimentgebers scheint in dieser Statuskonstellation keine große Rolle beim Gebrauch der einzelnen ANNAHMESTRATEGIEN zu spielen. Lediglich im Zusammenhang mit der Strategie „Zustimmen“ sind geschlechtsspezifische Differenzen in beiden Sprachgemeinschaften zu sehen. Interessant ist aber, dass die Strategie „Aufmuntern/Ermutigen“ in den deutschen und den bulgarischen Daten ausschließlich gegenüber männlichen Komplimentgebern vorkommt.

Die häufigsten ANNAHME-Kombinationen bei einem gleichen Status der Interaktanten in beiden Sprachgemeinschaften sind „Sichbedanken“ + „Zurückgeben“ bzw. „A-Erklären“ sowie „Zustimmen“ + „A-Erklären“ (vgl. Tabelle 32).

Tabelle 32: Distribution der häufigsten Kombinationen im ANNAHME-Bereich bei gleichem Status der Interaktanten unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers

KOMBINATIONEN K 1	Alle BG				Alle D			
	MBG		WBG		MD		WD	
		%		%		%		%
Sichbedanken + Zurückgeben	20	45,45	38	50,67	20	45,45	21	37,50
Sichbedanken + A-Erklären	12	27,27	19	25,33	3	6,82	12	21,43
Zustimmen + A-Erklären	4	9,09	6	8	8	18,18	14	25
Gesamt	44	100	75	100	44	100	56	100

Tabelle 31 zeigt, dass bei einem gleichen Status der Interaktanten in der bulgarischen Gruppe ein deutlicher Unterschied zwischen den männlichen und weiblichen Probanden beim Gebrauch der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN zu erkennen ist. Im Gegensatz dazu sind die geschlechtsspezifischen Differenzen in der deutschen Gruppe eher gering. Darüber hinaus werden die AUSWEICHSTRATEGIEN in beiden Sprachgemeinschaften bevorzugt gegenüber männlichen Komplimentgebern eingesetzt.

Aus Tabelle 31 geht außerdem hervor, dass der AUSWEICH-Bereich bei einem gleichen Status der Interaktanten kaum belegt ist. Die einzige Strategie, die neben den kombinierten AUSWEICHSTRATEGIEN in allen Probandengruppen Verwendung findet, ist „Ausweichen-Erklären“. Die Strategie „Anbieten“ kommt ausschließlich in der männlichen bulgarischen Gruppe vor.

Im AUSWEICH-Bereich sind kombinierte Strategien mehr unter den deutschen als unter den bulgarischen Probanden zu finden (vgl. Tabelle 31). Die Distribution der häufigsten Kombinationen bei einem gleichen Status der Interagierenden ist der nachfolgenden Tabelle 33 zu entnehmen.

Tabelle 33: Distribution der häufigsten Kombinationen im AUSWEICH-Bereich bei gleichem Status der Interaktanten unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers

KOMBINATIONEN K 2	Alle BG				Alle D			
	MBG		WBG		MD		WD	
		%		%		%		%
Zustimmen + Herabsetzen	4	80	0	0	1	16,67	0	0
Zustimmen + ABL-Erklären	0	0	0	0	1	16,67	4	44,44
Sichbedanken + Herabsetzen	1	20	1	50	0	0	0	0
Bestätigung suchen + Ausweichen-Erklären	0	0	0	0	2	33,33	0	0
Gesamt	5	100	2	100	6	100	9	100

In dieser Statuskonstellation zeichnet sich die männliche deutsche Gruppe im Vergleich zu den restlichen drei Gruppen mit einem sehr hohen Einsatz von Komplimentablehnungen aus (12%), gefolgt von der Gruppe der bulgarischen Männer. In den beiden Frauengruppen kommen Ablehnungen gleich häufig vor. Zwei Unterstrategien aus dem ABLEHNUNGS-Bereich finden in keiner der beiden Sprachgemeinschaften Verwendung, nämlich „Nichtzustimmen“ sowie „Verlegenheit ausdrücken“. Die häufigste ABLEHNUNGSSTRATEGIE unter den bulgarischen Probanden ist „Herabsetzen“, die mehr von den Männern als von den Frauen eingesetzt wird, und zwar bevorzugt gegenüber weiblichen Komplimentgebern. Bei den deutschen Probanden findet am meisten die Strategie „ABL-Erklären“ Verwendung, die ebenfalls mehr von den Männern präferiert wird. Es zeigt sich außerdem, dass die weiblichen deutschen Komplimentgeber die besseren Prädiktoren für ihren Gebrauch sind. Kombinierte ABLEHNUNGSSTRATEGIEN wie z.B. „Herabsetzen“ + „ABL-Erklären“ sind eine Rarität und werden ausschließlich von den deutschen Probanden eingesetzt (vgl. Tabelle 31).

In den beiden Situationen mit dem gleichen Status der Interaktanten ist ein frequenter Gebrauch der Strategie „Ignorieren“ zu verzeichnen, was lediglich am Einsatz dieser Strategie in Situation 2 liegt, in der häufig auf die Befindlichkeitsfrage statt auf das Kompliment geantwortet wurde. Vor allem in der deutschen Probandengruppe sind die geschlechtsspezifischen Differenzen beim Gebrauch dieser Strategie deutlich zu erkennen (MD – 24,67% vs. WD – 15,03%, MBG – 18,83% vs. WBG – 13,75%).

Tabelle 34: Beobachtete Häufigkeiten der drei Hauptstrategien sowie der Strategie „Ignorieren“ bei einem gleichen Status der Interaktanten unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers

	ANNEHMEN	ABLENKEN/AUSWEICHEN	ABLEHNEN	Ignorieren
MBG	99	17	9	29
WBG	128	5	5	22
MD	83	10	18	37
WD	109	15	5	23

Der Tabelle 34 sind die beobachteten Häufigkeiten der drei Hauptstrategien sowie der Strategie „Ignorieren“²⁹⁴ bei einem gleichen Status der Interaktanten zu entnehmen. Die bei diesen Daten berechneten Chi-Quadrat-Werte²⁹⁵ waren für beide Sprachgemeinschaften signifikant (für die Bulgaren: $\chi^2=12,24$, $df=3$, $p<0,01$; Cramér's $V=0,19$; für die Deutschen:

²⁹⁴ Die Strategie „Ignorieren“ kommt nur bei dieser Statuskonstellation vor, da in Situation 2 beide Interaktanten einen gleichen Status haben.

²⁹⁵ Auch hier werden die Daten beider Sprachgemeinschaften aus Platzgründen in einer gemeinsamen Tabelle präsentiert, der Chi-Quadrat-Test wurde aber für jede Sprachgemeinschaft separat berechnet.

$\chi^2=15,08$, $df=3$, $p<0,01$; Cramér's $V=0,22^{296}$). Das signifikante Ergebnis in den bulgarischen Daten könnte daran liegen, dass bei einem gleichen Status der Interaktionspartner die bulgarischen Frauen Komplimente häufiger als die Männer annehmen, oder daran, dass die bulgarischen Männer in dieser Statuskonstellation den Komplimenten häufiger als die Frauen ausweichen. In den deutschen Daten könnte das gewonnene Ergebnis daraus resultieren, dass die deutschen Frauen Komplimente häufiger als die Männer annehmen oder daraus, dass die deutschen Männer Komplimente häufiger als die Frauen ablehnen bzw. ignorieren.

Es konnte mittels der berechneten Chi-Quadrat-Tests kein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Geschlecht des Komplimentgebers und den Hauptstrategien (inklusive der Strategie „Ignorieren“) bei einem gleichen Status der Interagierenden ermittelt werden. Folglich wirkt sich das Geschlecht des Komplimentgebers nicht auf den Einsatz der Hauptstrategien aus.

7.3.2 Höherer Status des Komplimentempfängers

In den Situationen 3 und 6 handelt es sich um einen höheren Status des Komplimentempfängers und einen niedrigeren des Komplimentgebers (in S 3 handelt es sich bei dem Komplimentempfänger um einen/eine Abteilungsleiter/-in, in S 6 um einen/eine Betriebsleiter/-in). Aus den Daten in Tabelle 35 wird ersichtlich, dass die weiblichen Probanden mit einem höheren Status am häufigsten Komplimente annehmen, wobei der Unterschied zwischen beiden Geschlechtern in der bulgarischen Gruppe deutlicher zu erkennen ist.

²⁹⁶ Die Cramér's V-Werte deuten in beiden Sprachgemeinschaften auf einen geringen Effekt hin.

Tabelle 35: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien bei höherem Status des Komplimentempfängers und niedrigerem des Komplimentgebers in den Probandengruppen, differenziert nach Geschlecht und Sprachgemeinschaft

KOMPLIMENTERWIDERUNGS- STRATEGIEN	<i>Bulgaren</i>		<i>Deutsche</i>		<i>Bulgaren</i>		<i>Deutsche</i>	
	<i>MBG</i>	<i>WBG</i>	<i>MD</i>	<i>WD</i>	<i>KG MBG</i>	<i>KG WBG</i>	<i>KG MD</i>	<i>KG WD</i>
	%	%	%	%	%	%	%	%
1. Zustimmung	8,39	5,13	5,76	5,37	8,97	4,52	8,28	2,80
2. Sichbedanken	16,13	14,74	28,06	22,15	14,10	16,77	26,90	23,08
3. Sichfreuen	5,81	10,26	2,16	3,36	9,62	6,45	4,14	1,40
4. Zurückgeben	0	0	0	0	0	0	0	0
5. Aufmuntern/Ermutigen	0,65	1,28	0,72	0	1,92	0	0,69	0
6. A-Erklären	10,97	3,85	7,91	2,68	7,69	7,10	4,14	6,29
Kombinationen K1	29,03	45,51	38,13	53,02	36,54	38,06	44,83	46,85
ANNEHMEN	70,97	80,77	82,73	86,58	78,85	72,90	88,97	80,42
7. Anbieten	5,81	3,85	0,72	0,67	3,21	6,45	0,69	0,70
8. Scherzen	6,45	0	2,16	1,34	3,21	3,23	0,69	2,80
9. Bestätigung suchen	1,29	0	0,72	0,67	0	1,29	0,69	0,70
10. Zweifeln	0,65	0,64	0	0	0,64	0,65	0	0
11. Ablenken	0,65	1,28	0	0	1,92	0	0	0
12. Ausweichen-Erklären	5,81	3,85	4,32	6,04	5,13	4,52	4,83	5,59
Kombinationen K2	5,81	6,41	4,32	3,36	4,49	7,74	0,69	6,99
ABLEHNEN/AUSWEICHEN	26,45	16,03	12,23	12,08	18,59	23,87	7,59	16,78
13. Nichtzustimmen	0	0	0	0	0	0	0	0
14. Herabsetzen	1,94	2,56	4,32	1,34	1,92	2,58	2,76	2,80
15. Verlegenheit ausdrücken	0	0	0	0	0	0	0	0
16. ABL-Erklären	0	0	0,72	0	0	0	0,69	0
Kombinationen K3	0	0,64	0	0	0,64	0	0	0
ABLEHNEN	1,94	3,21	5,04	1,34	2,56	2,58	3,45	2,80
Ignorieren	0	0	0	0	0	0	0	0
Andere Interpretationen	0,65	0	0	0	0	0,65	0	0

Das Bedanken als die häufigste Strategie im ANNAHME-Bereich sticht in der deutschen männlichen Gruppe hervor. Die bulgarischen Männer und Frauen mit einem höheren Status²⁹⁷ bedanken sich fast zu gleichen Teilen für diese Komplimente. In der bulgarischen Gruppe sind geschlechtsspezifische Unterschiede hinsichtlich der Strategien „Sichfreuen“ und „A-Erklären“ zu beobachten. Während sich die erste Strategie durch ihren frequenten Einsatz bei den Frauen auszeichnet, ist ein häufiger Gebrauch der letzteren bei den bulgarischen Männern zu beobachten. Die Erklärung als Komplimentannahme ist in dieser Statuskonstellation die zweithäufigste männliche Strategie, die bei den Männern nicht nur im Zusammenhang mit einem höheren Status vorkommt, sondern überhaupt sehr gerne eingesetzt wird. Auch in der deutschen Gruppe ist hinsichtlich des Erklärens eine erkennbare Differenz zwischen den männlichen und weiblichen Probanden vorhanden. „Zustimmen“ ist die dritthäufigste Strategie aller Probanden, ausgenommen die deutschen Frauen, wobei bulgarische Männer Komplimenten verglichen mit den anderen drei Gruppen am häufigsten zustimmen. Auffällig

²⁹⁷ Der besseren Lesbarkeit halber wird im Folgenden vermieden, den jeweiligen Status der Interaktanten bei der Beschreibung der einzelnen Strategien zu wiederholen. Es handelt sich unter diesem Punkt immer um die Statuskonstellation: höherer Status des Komplimentempfängers und niedrigerer des Komplimentgebers (x>y).

bei dieser Statuskonstellation ist, dass in beiden Sprachgemeinschaften Komplimentempfänger mit einem höheren Status keine Komplimente zurückgeben. Gegenkomplimente kommen auch nicht in Kombination mit einem Dank oder anderen ANNAHMESTRATEGIEN vor.

Betrachtet man die Verteilung der einzelnen Strategien in den vier Gruppen, aufgeteilt nach dem Geschlecht des Komplimentgebers, wird deutlich, dass dieses bei den Strategien „Zustimmen“ und „Sichfreuen“ eine Rolle zu spielen scheint (vgl. Tabelle 35). In beiden Sprachgemeinschaften lösen die männlichen Komplimentgeber häufiger als die weiblichen den Einsatz von Zustimmungen zum Kompliment aus. Auch bei der Strategie „Sichfreuen“ erweisen sich die männlichen Komplimentgeber in beiden Sprachgemeinschaften als bessere Prädiktoren als die weiblichen. Darüber hinaus ist aus derselben Tabelle zu ersehen, dass die Strategie „Aufmuntern/Ermutigen“ ebenso wie im Zusammenhang mit den Komplimentthemen ausschließlich gegenüber männlichen Komplimentgebern vorkommt.

Beide Situationen zeigen auf, dass die weiblichen Probanden in beiden Sprachgemeinschaften viel häufiger als die männlichen von den kombinierten Strategien Gebrauch machen (vgl. Tabelle 35). Aus der nachfolgenden Tabelle 36 geht hervor, dass die häufigste ANNAHME-Kombination in allen Probandengruppen „Sichbedanken“ + „A-Erklären“ ist, gefolgt von dem Dank in Kombination mit der Äußerung von Freude. Die Kombination „Sichbedanken + Anbieten“ findet hauptsächlich in der bulgarischen Gruppe Verwendung.

Tabelle 36: Distribution der häufigsten Kombinationen im ANNAHME-Bereich bei höherem Status des Komplimentempfängers und niedrigerem des Komplimentgebers

KOMBINATIONEN K 1	Alle BG				Alle D			
	MBG		WBG		MD		WD	
		%		%		%		%
Sichbedanken + A-Erklären	24	53,33	23	32,39	23	43,40	24	30,38
Sichbedanken + Sichfreuen	3	6,67	23	32,39	5	9,43	23	29,11
Zustimmen + A-Erklären	5	11,11	5	7,04	9	16,98	11	13,92
Sichbedanken + Anbieten	2	4,44	7	9,86	0	0	1	1,27
Gesamt	45	100	71	100	53	100	79	100

Während sich die deutschen Probanden mit einem höheren Status bei der Beantwortung von Komplimenten zu gleichen Teilen für AUSWEICHSTRATEGIEN entscheiden, sind es in der bulgarischen Gruppe die Männer, die von diesen Strategien häufiger Gebrauch machen als die Frauen (vgl. Tabelle 35). Die am häufigsten eingesetzte männliche AUSWEICHSTRATEGIE in der bulgarischen Probandengruppe ist „Scherzen“, wohingegen sie unter den Frauen gar keine Verwendung findet. Die am meisten verwendete AUSWEICHSTRATEGIE in der deutschen Gruppe ist „Ausweichen-Erklären“, die eher von den Frauen präferiert wird. Am zweithäufigsten kommt unter den deutschen Probanden die Humor-Strategie vor. In der

männlichen bulgarischen Gruppe werden Angebote sowie Erklärungen gleich häufig eingesetzt, dasselbe trifft auch auf die weibliche bulgarische Gruppe zu. Unter den deutschen Probanden kommt die Unterstrategie „Anbieten“ selten vor und wird von beiden Geschlechtern zu gleichen Teilen gebraucht. Die restlichen AUSWEICHSTRATEGIEN sind selten vertreten; ihre Distribution kann der Tabelle 35 entnommen werden.

Geschlechtsspezifische Unterschiede hinsichtlich des Geschlechts des Komplimentgebers sind beim Einsatz der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN in der deutschen Gruppe deutlicher zu erkennen, wobei die weiblichen Komplimentgeber häufiger als die männlichen das den Komplimenten Ausweichen bewirken. In der bulgarischen Gruppe ist in Verbindung mit dieser Hauptstrategie nur eine leichte Präferenz für weibliche Komplimentgeber zu erkennen. In Bezug auf den Einfluss des Geschlechts des Komplimentgebers auf die Wahl der einzelnen AUSWEICHSTRATEGIEN ist außerdem zu erwähnen, dass Angebote in der bulgarischen Gruppe bevorzugt gegenüber weiblichen Komplimentgebern mit einem niedrigeren Status fließen. In der deutschen Gruppe scheinen weibliche Komplimentgeber mehr als männliche humorvolle Antworten auszulösen. Weitere Besonderheiten in der Vorkommenshäufigkeit der AUSWEICHSTRATEGIEN im Zusammenhang mit dem Geschlecht des Komplimentgebers fallen jedoch nicht auf.

Kombinierte AUSWEICHSTRATEGIEN werden in dieser Statuskonstellation am häufigsten von den bulgarischen Frauen eingesetzt, gefolgt von den männlichen Probanden und den deutschen Frauen (WBG – 6,41%, MBG – 5,81%, MD – 4,32%, WD – 3,36%). Die häufigste Kombination, die bis auf die Gruppe der deutschen Männer in allen Probandengruppen vorkommt, ist „Sichbedanken“ + „Herabsetzen“ (MBG – 55,56%, WBG – 30%, WD – 40%, MD – 0%).

Der ABLEHNUNGS-Bereich in der Statuskonstellation mit einem höheren Status des Komplimentempfängers und einem niedrigeren des Komplimentgebers ist wenig belegt. Am häufigsten lehnen die deutschen Männer mit einem höheren Status die Komplimente ab, während die deutschen Frauen eher sparsam mit Ablehnungen umgehen (vgl. Tabelle 35). Unter den bulgarischen Probanden ist kein nennenswerter Unterschied zwischen beiden Geschlechtern zu beobachten. Das Geschlecht des Komplimentgebers spielt hinsichtlich der Hauptstrategie ABLEHNEN keine Rolle. Die häufigste ABLEHNUNGSSTRATEGIE in allen Probandengruppen ist „Herabsetzen“, die in der Gruppe der deutschen Männer hervorsticht. Kombinierte ABLEHNUNGSSTRATEGIEN kommen ausschließlich unter den bulgarischen Frauen vor.

Tabelle 37: Beobachtete Häufigkeiten der drei Hauptstrategien bei einem höheren Status des Komplimentempfängers und einem niedrigeren des Komplimentgebers in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht des Komplimentempfängers

	ANNEHMEN	ABLENKEN/AUSWEICHEN	ABLEHNEN
MBG	110	41	3
WBG	126	25	5
MD	115	17	7
WD	129	18	2

Schließlich wurden die Chi-Quadrat-Werte bei der Statuskonstellation mit einem höheren Status des Komplimentempfängers berechnet, die nur bei den bulgarischen Daten eine Signifikanz zeigten ($\chi^2=4,36$, $df=1$, $p<0,05$; Cramér's $V=0,12^{298}$).²⁹⁹ Aus dem signifikanten Ergebnis ist zu schließen, dass im bulgarischen Korpus eine Beziehung zwischen dem Geschlecht des Komplimentempfängers und der Distribution der Hauptstrategien besteht, wenn der Komplimentempfänger einen höheren Status als der Komplimentgeber hat. Der Grund dafür könnte darin liegen, dass bulgarische Frauen Komplimente häufiger annehmen, oder darin, dass bulgarische Männer in der Rolle des Komplimentempfängers mit einem höheren Status Komplimenten häufiger ausweichen.

Tabelle 38: Beobachtete Häufigkeiten der drei Hauptstrategien bei einem höheren Status des Komplimentempfängers und einem niedrigeren des Komplimentgebers in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht des Komplimentgebers

	ANNEHMEN	ABLENKEN/AUSWEICHEN	ABLEHNEN
KG MBG	123	29	4
KG WBG	113	37	4
KG MD	129	11	5
KG WD	115	24	4

Im Unterschied zu den nicht signifikanten Werten des Chi-Quadrat-Tests in den deutschen Daten hinsichtlich des Geschlechts des Komplimentempfängers erwiesen sich die berechneten Werte im Zusammenhang mit dem Geschlecht des Komplimentgebers in dieser Statuskonstellation als signifikant ($\chi^2=4,8$, $df=1$, $p<0,05$; Cramér's $V=0,14$). Das könnte daran liegen, dass unter den deutschen Probanden männliche Komplimentgeber mit einem niedrigeren Status als dem des Komplimentempfängers häufiger die Komplimentannahme auslösen, oder daran, dass in dieser Statuskonstellation weiblichen Komplimenten häufiger als männlichen ausgewichen wird.

²⁹⁸ Auch hier gibt der Cramér's V-Wert einen Hinweis auf einen Effekt, allerdings auf einen eher geringeren.

²⁹⁹ In den beiden Tabellen (37 und 38) wurden die Berechnungen der Chi-Quadrat-Tests auf Grund der geringen erwarteten Häufigkeiten bei zwei der Zellen ohne die Häufigkeitswerte für die Hauptstrategie ABLEHNEN durchgeführt.

7.3.3 Niedrigerer Status des Komplimentempfängers

In den Situationen 4 und 5 hat der Komplimentempfänger einen niedrigeren Status³⁰⁰ als den des Komplimentgebers ($x < y$). In Situation 4 handelt es sich um die Statuskonstellation Student/-in – Professor/-in, in Situation 5 um die Konstellation Angestellte/-r – Chef/-in. Tabelle 39 zeigt, dass in der bulgarischen Gruppe die bulgarischen Männer und Frauen mit einem niedrigeren Status Komplimente gleich häufig annehmen. In der deutschen Gruppe hingegen ist beim Einsatz der ANNAHMESTRATEGIEN eine kleine Differenz zwischen beiden Geschlechtern zu beobachten. Der Tabelle ist ebenso zu entnehmen, dass in der deutschen Gruppe Komplimente von weiblichen Komplimentgebern mit einem höheren Status als dem des Komplimentempfängers unwesentlich häufiger als jene von männlichen Komplimentgebern mit demselben Status angenommen werden (vgl. zu den folgenden Ausführungen Tabelle 39).

Der Dank kommt auch in dieser Statuskonstellation am häufigsten zum Einsatz. In beiden Sprachgemeinschaften bedanken sich die Männer mit einem niedrigeren Status mehr als die Frauen für Komplimente. Während in der bulgarischen Gruppe die Männer mehr als doppelt so häufig den Komplimenten zustimmen, trifft das in der deutschen Gruppe auf die Frauen zu. Das Geschlecht des Komplimentgebers spielt bei der Strategie „Zustimmen“ lediglich unter den deutschen Probanden eine Rolle, wobei weibliche Komplimentgeber präferiert werden. In beiden Sprachgemeinschaften wird die Erklärung als Komplimentannahme überwiegend von den männlichen Probanden eingesetzt. Während in der bulgarischen Gruppe keine Präferenz hinsichtlich des Geschlechts des Komplimentgebers beim Einsatz von Erklärungen als Komplimentantwort zu sehen ist, ist in der deutschen Gruppe eine Präferenz für männliche Komplimentgeber eindeutig zu erkennen (vgl. Tabelle 39). Im bulgarischen Datenkorpus wird Freude über Komplimente bei niedrigerem Status des Komplimentempfängers fast gleich häufig von beiden Geschlechtern ausgedrückt. Unter den deutschen Probanden äußern die Männer doppelt so häufig ihre Freude über die Komplimente wie die Frauen, wobei männliche Komplimentgeber mehr als weibliche diese Bekundung von Freude auslösen. Gegenkomplimente werden unter den bulgarischen Probanden zwar selten, aber gleich häufig von beiden Geschlechtern eingesetzt, während innerhalb der deutschen Gruppe die Männer mehr als die Frauen diese Strategie bevorzugen. Gegenkomplimente werden aber in beiden

³⁰⁰ Bei der Beschreibung der Distribution der einzelnen Komplimenterwiderungsstrategien wird auf die wiederholte Nennung der Statuskonstellation verzichtet. Es handelt sich in diesem Kapitel um einen niedrigeren Status des Komplimentempfängers und um einen höheren des Komplimentgebers ($x < y$).

Sprachgemeinschaften bevorzugt gegenüber weiblichen Komplimentgebern eingesetzt. Nur die Strategie „Aufmuntern/Ermutigen“ kommt bei einem niedrigeren Status des Komplimentempfängers in keiner der beiden Sprachgemeinschaften vor.

Tabelle 39: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien bei niedrigerem Status des Komplimentempfängers und höherem des Komplimentgebers in den Probandengruppen, differenziert nach Geschlecht und Sprachgemeinschaft

KOMPLIMENTERWIDERUNGS- STRATEGIEN	<i>Bulgaren</i>		<i>Deutsche</i>		<i>Bulgaren</i>		<i>Deutsche</i>	
	<i>MBG</i>	<i>WBG</i>	<i>MD</i>	<i>WD</i>	<i>KG MBG</i>	<i>KG WBG</i>	<i>KG MD</i>	<i>KG WD</i>
	%	%	%	%	%	%	%	%
1. Zustimmung	7,38	3,25	7,35	14,89	5,33	5,23	9,77	12,50
2. Sichbedanken	26,85	23,38	17,65	13,48	23,33	26,80	14,29	16,67
3. Sichfreuen	4,70	5,19	5,15	2,13	4,67	5,23	5,26	2,08
4. Zurückgeben	1,34	1,30	2,21	0,71	0,67	1,96	0,75	2,08
5. Aufmuntern/Ermutigen	0	0	0	0	0	0	0	0
6. A-Erklären	10,74	5,19	5,88	1,42	8,67	7,19	6,77	0,69
Kombinationen K1	34,23	46,10	25,00	36,88	42,00	38,56	27,07	34,72
ANNEHMEN	85,23	84,42	63,24	69,50	84,67	84,97	63,91	68,75
7. Anbieten	0	0	0	0	0	0	0	0
8. Scherzen	1,34	0	5,88	0,71	0,67	0,65	3,01	3,47
9. Bestätigung suchen	0	1,30	2,21	2,13	0	1,31	1,50	2,78
10. Zweifeln	2,68	1,95	2,94	6,38	1,33	3,27	5,26	4,17
11. Ablenken	0	0	0,74	0,71	0	0	0	1,39
12. Ausweichen-Erklären	2,01	0,65	10,29	5,67	1,33	1,31	10,53	5,56
Kombinationen K2	4,70	10,39	9,56	12,77	7,33	7,84	10,53	11,81
ABLENKEN/AUSWEICHEN	10,74	14,29	31,62	28,37	10,67	14,38	30,83	29,17
13. Nichtzustimmen	2,01	0	0,74	0	0	0	0,75	0
14. Herabsetzen	1,34	0	2,21	0	2,00	0	0,75	1,39
15. Verlegenheit ausdrücken	0	0	0	0,71	1,33	0	0,75	0
16. ABL-Erklären	0	0	0	0,71	0	0	0,75	0
Kombinationen K3	0	0,65	0	0	0	0,65	0	0
ABLEHNEN	3,36	0,65	2,94	1,42	3,33	0,65	3,01	1,39
Ignorieren	0	0	0	0	0	0	0	0
Andere Interpretationen	0,67	0,65	2,21	0,71	1,33	0	2,26	0,69

Die kombinierten Strategien im ANNAHME-Bereich finden unter den weiblichen Probanden häufiger als unter den männlichen Verwendung (WBG – 46,10%, MBG – 34,23%, WD – 36,88%, MD – 25%). Ebenso wie bei einem höheren Status des Komplimentempfängers ist die am häufigsten eingesetzte ANNAHME-Kombination „Sichbedanken“ + „A-Erklären“, gefolgt von der Kombination des Dankes mit der Äußerung von Freude. Während die bulgarischen Probanden den Dank mit einem Gegenkompliment kombinieren, entscheiden sich die deutschen für die Zustimmung in Kombination mit einer Erklärung (vgl. Tabelle 40).

Tabelle 40: Distribution der häufigsten Kombinationen im ANNAHME-Bereich bei niedrigerem Status des Komplimentempfängers und höherem des Komplimentgebers

KOMBINATIONEN K 1	Alle BG				Alle D			
	MBG		WBG		MD		WD	
		%		%		%		%
Sichbedanken + A-Erklären	27	52,94	41	57,75	15	44,12	15	28,85
Sichbedanken + Sichfreuen	3	5,88	5	7,04	5	14,71	11	21,15
Zustimmen + A-Erklären	3	5,88	0	0	0	0	9	17,31
Sichbedanken + Zurückgeben	9	17,65	0	0	6	8,45	0	0
Gesamt	51	100	71	100	34	100	52	100

In der Statuskonstellation mit einem niedrigeren Status des Komplimentempfängers kommen die AUSWEICHSTRATEGIEN häufiger unter den deutschen Probanden zum Einsatz. Im Vergleich dazu werden diese innerhalb der bulgarischen Gruppe seltener eingesetzt (vgl. Tabelle 39). Die Präferenz für das Geschlecht des Komplimentgebers unterscheidet sich in beiden Sprachgemeinschaften: Während unter den Bulgaren den Komplimenten mehr ausgewichen wird, wenn sie von weiblichen Komplimentgebern ausgehen, ist in der deutschen Gruppe kaum eine Vorliebe zu beobachten.

Interessant ist bei einem niedrigeren Status des Komplimentempfängers, dass bis auf die Gruppe der deutschen Männer die häufigste AUSWEICHSTRATEGIE „Zweifeln“ ist, die vor allem in der Gruppe der deutschen Frauen hervorsticht. Unter den bulgarischen Probanden ist die Differenz zwischen beiden Geschlechtern kaum von Bedeutung. In Bezug auf das Geschlecht des Komplimentgebers ist aus Tabelle 39 zu ersehen, dass in der bulgarischen Gruppe weibliche Komplimentgeber mehr als männliche die Äußerung von Zweifel auslösen, während in der deutschen keine bedeutsamen Unterschiede zu beobachten sind. „Ausweichen-Erklären“ ist die häufigste Strategie unter den deutschen Männern und die zweithäufigste unter den deutschen Frauen sowie unter den bulgarischen Männern. Die bulgarischen Frauen setzten sie erst am dritthäufigsten ein. Während das Geschlecht des Komplimentgebers für den Einsatz dieser Strategie unter den bulgarischen Probanden keine Rolle spielt, ist in der deutschen Gruppe eine deutliche Präferenz für männliche Komplimentgeber erkennbar. Die Ausweichstrategie „Scherzen“ sticht in der Gruppe der deutschen Männer im Vergleich zu ihrem geringen Einsatz bei ihren weiblichen Pendants hervor. Unter den bulgarischen Probanden findet sie ausschließlich in der männlichen Gruppe Verwendung. „Bestätigung suchen“ ist eine weitere AUSWEICHSTRATEGIE, die nur von den bulgarischen Frauen in der gleichgeschlechtlichen Gruppe eingesetzt wird (WBG BB – 2,56%). In der deutschen Gruppe sind beim Einsatz der Strategie „Bestätigung suchen“ keine geschlechtsspezifischen Besonderheiten bei einem niedrigeren Status des Komplimentempfängers zu verzeichnen, jedoch ist eine marginale Affinität für weibliche Komplimentgeber erkennbar. Unter den

bulgarischen Probanden findet die Strategie „Ablenken“ keine Beachtung, unter den deutschen wird sie von beiden Geschlechtern gleich häufig verwendet, und zwar ausschließlich weiblichen Komplimentgebern gegenüber. Zu erwähnen ist noch, dass Komplimentantworten in Form von Angeboten von Personen mit niedrigerem gegenüber Personen mit höherem Status in keiner der beiden Sprachgemeinschaften vorkommen.

Der kombinierten Strategien aus dem mittleren Bereich bedienen sich am häufigsten die deutschen Frauen, gefolgt von den bulgarischen Frauen, die mehr als doppelt so häufig wie die bulgarischen Männer diese Kombinationen einsetzen (WD – 12,77%, WBG – 10,39%, MBG – 4,70%, MD – 9,56%). Die beliebteste Strategiekombination ist „Bestätigung suchen“ + „Sichbedanken“. Die weiteren Kombinationen sind der Tabelle 41 zu entnehmen.

Tabelle 41: Distribution der Kombinationen im AUSWEICH-Bereich bei niedrigerem Status des Komplimentempfängers und höherem des Komplimentgebers

KOMBINATIONEN K2	Alle BG				Alle D			
	MBG		WBG		MD		WD	
		%		%		%		%
Bestätigung suchen + Sichbedanken	2	28,57	3	18,75	4	30,77	5	27,78
Zweifeln + Sichbedanken	1	14,29	1	6,25	2	15,38	2	11,11
Bestätigung suchen + Zweifeln	3	42,86	1	6,25	0	0	0	0
Sichbedanken + Herabsetzen	0	0	4	25	0	0	0	0
Gesamt	7	100	16	100	13	100	18	100

Die bulgarischen männlichen Komplimentempfänger mit einem niedrigeren Status lehnen am häufigsten von allen Probandengruppen Komplimente ab, und zwar entweder mit einer direkten Nichtzustimmung zum Kompliment, wenn sie dieses von einem anderen Mann bekommen haben (MBG AA – 4,05%), oder indem sie die Strategie „Herabsetzen“ einsetzen, ebenfalls im Zusammenhang mit einem männlichen Komplimentgeber (MBG AA – 2,70%). Die bulgarischen Frauen in dieser Statuskonstellation bedienen sich nur der Strategie-Kombination „Nichtzustimmen“ + „Herabsetzen“, um das Kompliment abzulehnen. Unter den deutschen Männern kommt ebenfalls die Strategie „Herabsetzen“ zum Einsatz, und zwar vermehrt gegenüber weiblichen Komplimentgebern. Sie bedienen sich außerdem der direkten Nichtzustimmung, wenn sie von anderen Männern komplimentiert werden (MD AA – 1,52%). Die deutschen Frauen wählen die Strategien „Verlegenheit ausdrücken“ sowie „ABL-Erklären“ aus, wobei diese ausschließlich gegenüber männlichen Komplimentgebern gleich häufig vorkommen (WD BA – 1,49%). Ebenso wie in Verbindung mit einem höheren Status des Komplimentempfängers kommt auch hier die Strategie „Ignorieren“ in keiner der vier Probandengruppen vor.

Auch im Zusammenhang mit dieser Statuskonstellation wurden in beiden Sprachgemeinschaften Chi-Quadrat-Tests in Bezug auf Unterschiede in der Distribution der Erwerungsstrategien berechnet. Diese ergaben aber weder unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers noch hinsichtlich des Geschlechts des Komplimentgebers signifikante Ergebnisse.

7.3.4 Status im Vergleich

Im Folgenden wird auf den Einfluss des Status bei der Wahl der Komplimenterwerungsstrategie eingegangen, indem die Distribution der Komplimenterwerungsstrategien in beiden Sprachgemeinschaften kontrastiv dargestellt wird. Wie die nachfolgende Abbildung 42 zeigt, werden Komplimente am häufigsten bei einem ungleichen Status der Interaktanten angenommen.

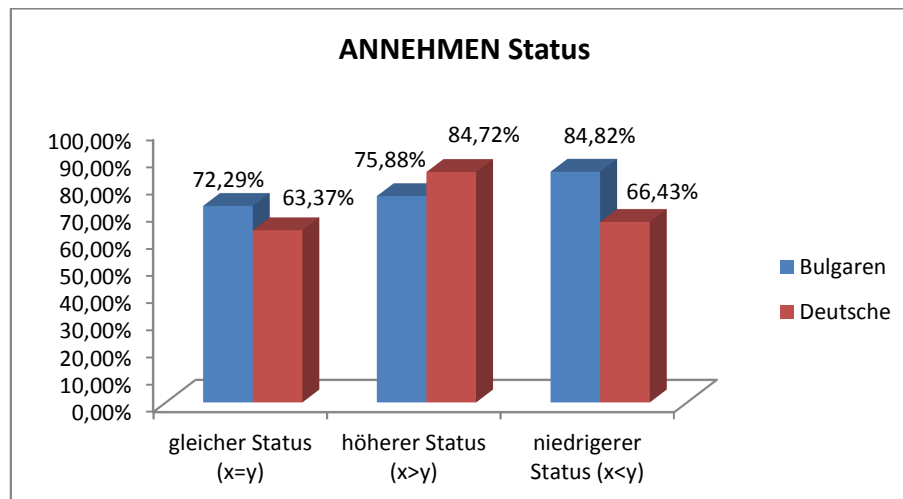


Abb. 42: Distribution der Hauptstrategie ANNEHMEN bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit dem Status

Der berechnete Chi-Quadrat-Wert hinsichtlich der Distribution der Hauptstrategie ANNEHMEN in Bezug auf Unterschiede in den drei Statuskonstellationen bei den beiden Sprachgemeinschaften zeigte ein signifikantes Ergebnis ($\chi^2=7,72$, $df=2$, $p<0,05$; Cramér's $V=0,07^{301}$). Die Signifikanz resultiert möglicherweise daraus, dass die bulgarischen Probanden mit einem niedrigeren Status als dem des Komplimentgebers Komplimente häufiger als die deutschen annehmen oder daraus, dass die deutschen Probanden in der Rolle der Komplimentempfänger mit einem höheren Status die Hauptstrategie ANNEHMEN häufiger als die bulgarischen verwenden.

³⁰¹ Aus der Berechnung nach Cramér's V geht ein geringer Effekt hervor.

Tabelle 42: Beobachtete Häufigkeiten der Hauptstrategie ANNEHMEN bei Bulgaren und Deutschen in den drei Statuskonstellationen

	Gleicher Status	Höherer Status	Niedrigerer Status
Bulgaren	227	236	257
Deutsche	192	244	184

Der Dank ist in allen Statuskonstellationen die häufigste Antwortstrategie. In den Situationen mit einem gleichen Status der Interaktanten bedanken sich Bulgaren und Deutsche gleich häufig für die Komplimente. Bei einem höheren Status des Komplimentempfängers verwenden die deutschen Probanden häufiger als die bulgarischen das Danken, während bei einem niedrigeren Status des Komplimentempfängers genau das Gegenteil zu finden ist: Der Dank findet unter den bulgarischen Probanden viel häufiger als unter den deutschen Verwendung (vgl. zu den folgenden Ausführungen Tabelle 46). Die Zustimmung kommt unter den deutschen Probanden im Zusammenhang mit einem gleichen sowie mit einem niedrigeren Status des Komplimentempfängers häufiger vor. Bei einem höheren Status des Komplimentempfängers stimmen Bulgaren und Deutsche fast zu gleichen Teilen den Komplimenten zu. Der Ausdruck von Freude bei der Annahme von Komplimenten sticht bei einem höheren Status des Komplimentempfängers unter den Bulgaren hervor. Komplimente werden am häufigsten zurückgegeben, wenn die Interagierenden statusgleich sind. Diese ANNAHMESTRATEGIE gehört zu den Vorlieben der Bulgaren, da sie bei ihnen viel häufiger als bei den Deutschen zum Einsatz kommt. Komplimentempfänger mit einem höheren Status als dem des Komplimentgebers geben keine Komplimente zurück. In der Statuskonstellation mit einem niedrigeren Status des Komplimentempfängers sind sie selten anzutreffen und werden in beiden Sprachgemeinschaften gleich häufig gebraucht. Es zeigt sich auch, dass Erklärungen häufiger bei ungleichem Status der Interaktanten sowie vermehrt unter den bulgarischen Probanden zu finden sind.

Tabelle 43: Distribution der häufigsten kombinierten ANNAHMESTRATEGIEN bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit dem Status

KOMBINATIONEN K1	Gleicher Status (x=y)		Höherer Status (x>y)		Niedrigerer Status (x<y)	
	<i>Bulgaren</i> %	<i>Deutsche</i> %	<i>Bulgaren</i> %	<i>Deutsche</i> %	<i>Bulgaren</i> %	<i>Deutsche</i> %
Sichbedanken + A-Erklären	26,05	15	40,52	35,61	55,74	34,88
Sichbedanken + Zurückgeben	48,74	41	2,22	0	12,30	0
Zustimmen + A-Erklären	8,40	22	8,62	15,15	2,46	10,47
Sichbedanken + Sichfreuen	0	1	22,41	21,21	6,56	18,60

Bezüglich der Kombinationen von ANNAHMESTRATEGIEN wird aus Tabelle 43 ersichtlich, dass bei einem ungleichen Status der Probanden in beiden Sprachgemeinschaften der Dank in

Kombination mit einer Erklärung häufiger präferiert wird, während bei einem gleichen Status der Dank in Verbindung mit einem Gegenkompliment vorkommt. Auffällig ist auch der frequente Einsatz der Kombination „Sichbedanken“ + „Sichfreuen“ im Zusammenhang mit einem höheren Status des Komplimentempfängers. Für die Zustimmung zum Kompliment kombiniert mit einer Erklärung entscheiden sich mehr die deutschen als die bulgarischen Probanden.

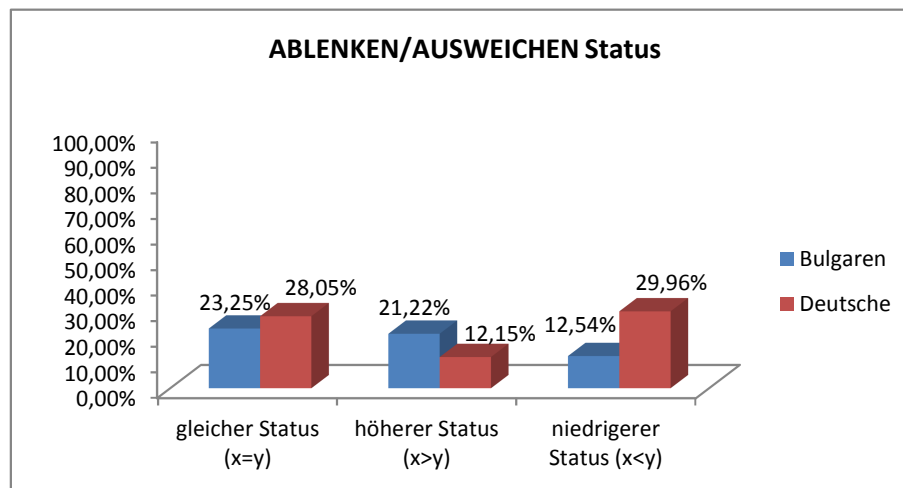


Abb. 43: Distribution der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN³⁰² bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit dem Status

Wie Abbildung 43 zeigt, sind hinsichtlich der Distribution der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN die größten Differenzen zwischen beiden Sprachgemeinschaften bei einem ungleichen Status der Interaktanten zu beobachten. Die Berechnung des Chi-Quadrat-Werts bei den Daten in Tabelle 44 zeigte zudem ein signifikantes Ergebnis, das darauf hindeutet, dass eine signifikante Beziehung zwischen dem Status und den Sprachgemeinschaften hinsichtlich der Distribution der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN besteht. Das könnte daran liegen, dass bei einem niedrigeren Status des Komplimentempfängers die Deutschen häufiger als die Bulgaren Komplimenten ausweichen, oder daran, dass bei einem höheren Status des Komplimentempfängers die Bulgaren sich häufiger als die Deutschen für die Strategie ABLENKEN/AUSWEICHEN entscheiden. Bei einem gleichen Status der Interagierenden ist der Unterschied beim Einsatz der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN von geringer Relevanz.

³⁰² Inklusive der Strategie „Ignorieren“ bei einem gleichen Status der Interaktanten.

Tabelle 44: Beobachtete Häufigkeiten der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN bei Bulgaren und Deutschen in den drei Statuskonstellationen

	Gleicher Status³⁰³	Höherer Status	Niedrigerer Status
Bulgaren	73	66	38
Deutsche	85	35	83

Betrachtet man die einzelnen AUSWEICHSTRATEGIEN bei beiden Sprachgemeinschaften, so wird ersichtlich, dass Angebote als Komplimentantworten fast ausschließlich in Verbindung mit einem höheren Status des Komplimentempfängers vorzufinden sind und kaum von den deutschen Probanden eingesetzt werden (vgl. Tabelle 46). Scherze kommen vermehrt bei ungleichem Status der Probanden vor: Während in Verbindung mit einem höheren Status des Komplimentempfängers die Bulgaren häufiger humorvoll auf Komplimente reagieren, setzen die Deutschen diese AUSWEICHSTRATEGIE öfter im Zusammenhang mit einem niedrigeren Status ein. Die Strategie „Bestätigung suchen“ kommt bei einem gleichen Status der Probanden überhaupt nicht vor und bei einem höheren Status des Komplimentempfängers findet sie unter Bulgaren und Deutschen gleich häufig Verwendung. In Verbindung mit einem niedrigeren Status wird sie jedoch mehr von den deutschen Probanden eingesetzt. Es fällt im AUSWEICH-Bereich auf, dass die Strategie „Zweifeln“ bei einem niedrigeren Status des Komplimentempfängers einen frequenten Gebrauch aufweist, wobei sie mehr von den deutschen als von den bulgarischen Probanden verwendet wird. Was die Strategie „Ausweichen-Erklären“ betrifft, so ist sie bei einem höheren Status des Komplimentempfängers in beiden Sprachgemeinschaften gleich häufig zu finden. Darüber hinaus weichen die bulgarischen Probanden Komplimenten häufiger mit einer Erklärung aus, wenn sie den gleichen Status wie der Komplimentgeber haben, während die deutschen Probanden diese Strategie viel häufiger einsetzen, wenn sie einen niedrigeren Status als der Komplimentgeber haben.

Tabelle 45: Distribution der häufigsten kombinierten AUSWEICHSTRATEGIEN bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit dem Status

KOMBINATIONEN K2	Gleicher Status (x=y)		Höherer Status (x>y)		Niedrigerer Status (x<y)	
	<i>Bulgaren</i> %	<i>Deutsche</i> %	<i>Bulgaren</i> %	<i>Deutsche</i> %	<i>Bulgaren</i> %	<i>Deutsche</i> %
Zustimmen + Herabsetzen	57,14	6,67	0	9,09	0	0
Zustimmen + ABL-Erklären	0	33,33	0	0	0	0
Sichbedanken + Herabsetzen	28,57	0	42,11	18,18	17,39	0
Sichbedanken + ABL-Erklären	0	26,67	0	9,09	0	0

³⁰³ Diese Werte beinhalten auch diejenigen der Strategie „Ignorieren“, die nur bei einem gleichen Status der Interaktanten vorkommt.

Bestätigung suchen + Sichbedanken	0	0	0	0	21,74	29,03
Zweifeln + Sichbedanken	0	0	0	0	8,70	12,90

Hinsichtlich des Einsatzes von kombinierten AUSWEICHSTRATEGIEN in den drei Statuskonstellationen ist ihre größte Häufigkeit in Verbindung mit einem niedrigeren Status des Komplimentempfängers zu verzeichnen (vgl. hierzu Tabelle 46). Aus Tabelle 45 geht hervor, dass in jeder Statuskonstellation jeweils andere AUSWEICH-Kombinationen präferiert werden. Im Zusammenhang mit einem gleichen Status setzen die bulgarischen Probanden die Zustimmung bzw. den Dank in Kombination mit der Strategie „Herabsetzen“ ein, während die deutschen Probanden dieselben Strategien mit einer ablehnenden Erklärung kombinieren. Bei einem höheren Status ist die Kombination „Sichbedanken“ + „Herabsetzen“ am häufigsten vertreten. Die Strategien „Bestätigung suchen“ und „Zweifeln“ in Kombination mit einem Dank kommen lediglich in Verbindung mit einem niedrigeren Status des Komplimentempfängers vor.

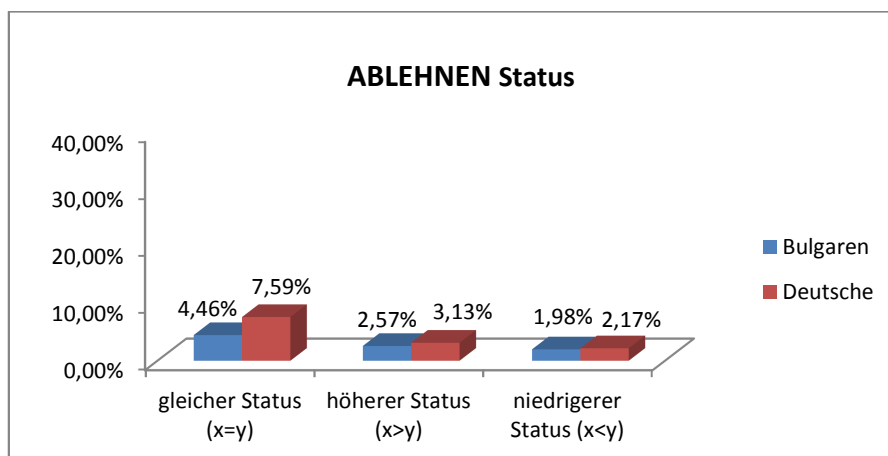


Abb. 44: Distribution der Hauptstrategien ABLEHNEN bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit dem Status

Aus obiger Abbildung³⁰⁴ ist zu entnehmen, dass bezüglich des ABLEHNENS nennenswerte Differenzen zwischen beiden Sprachgemeinschaften nur bei einem gleichen Status zu erkennen sind, wobei in dieser Statuskonstellation die deutschen Probanden häufiger als die bulgarischen Komplimente ablehnen. Es konnte allerdings mittels des angewandten Chi-Quadrat-Tests kein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Status und den Sprachgemeinschaften hinsichtlich der Distribution der Hauptstrategie ABLEHNEN ermittelt werden.

³⁰⁴ Der Prozentwert der vertikalen Achse im Diagramm wurde zwecks der besseren Übersichtlichkeit auf 40% eingestellt.

Die häufigste Strategie im ABLEHNUNGS-Bereich ist „Herabsetzen“, die außerdem in allen Statuskonstellationen vorzufinden ist. Bei einem gleichen Status der Interaktanten wird diese Strategie häufiger von den Bulgaren als von den Deutschen verwendet, wohingegen sie bei ungleichem Status in beiden Sprachgemeinschaften fast gleich häufig gebraucht wird. Ein frequenter Einsatz der Strategie „ABL-Erklären“ ist in Verbindung mit einem gleichen Status der Interaktanten bei den deutschen Probanden zu verzeichnen. Kombinierte ABLEHNUNGSSTRATEGIEN kommen bei einem gleichen Status nur unter den deutschen Probanden vor, während sie unter den bulgarischen Probanden bei den ungleichen Statuskonstellationen zu finden sind (vgl. Tabelle 46).

Tabelle 46: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit dem Status

KOMPLIMENTERWIDERUNGS- STRATEGIEN	Gleicher Status (x=y)		Höherer Status (x>y)		Niedrigerer Status (x<y)	
	Bulgaren %	Deutsche %	Bulgaren %	Deutsche %	Bulgaren %	Deutsche %
1. Zustimmung	7,64	12,21	6,75	5,56	5,28	11,19
2. Sichbedanken	15,92	15,84	15,43	25	25,08	15,52
3. Sichfreuen	1,27	0	8,04	2,78	4,95	3,61
4. Zurückgeben	7,96	1,65	0	0	1,32	1,44
5. Aufmuntern/Ermutigen	0,32	0,33	0,96	0,35	0	0
6. A-Erklären	1,27	0,33	7,40	5,21	7,92	3,61
Kombinationen K1	37,90	33	37,30	45,83	40,26	31,05
ANNEHMEN	72,29	63,37	75,88	84,72	84,82	66,43
7. Anbieten	0,96	0	4,82	0,69	0	0
8. Scherzen	0,32	0,33	3,22	1,74	0,66	3,25
9. Bestätigung suchen	0	0	0,64	0,69	0,66	2,17
10. Zweifeln	0	0,33	0,64	0	2,31	4,69
11. Ablenken	0	0,66	0,96	0	0	0,72
12. Ausweichen-Erklären	3,50	1,98	4,82	5,21	1,32	7,94
Kombinationen K2	2,23	4,95	6,11	3,82	7,59	11,19
ABLENKEN/AUSWEICHEN	7,01	8,25	21,22	12,15	12,54	29,96
13. Nichtzustimmen	0	0	0	0	0,99	0,36
14. Herabsetzen	3,18	0,99	2,25	2,78	0,66	1,08
15. Verlegenheit ausdrücken	0	0	0	0	0	0,36
16. ABL-Erklären	1,27	4,95	0	0,35	0	0,36
Kombinationen K3	0	1,65	0,32	0	0,33	0
ABLEHNEN	4,46	7,59	2,57	3,13	1,98	2,17
Ignorieren	16,24	19,80	0	0	0	0
Andere Interpretationen	0	0,99	0,32	0	0,66	1,44

7.4 Soziale Distanz

Ein weiterer Faktor, der die Komplimenterwiderungen beeinflussen kann, ist die vorhandene soziale Distanz zwischen den Interaktanten. Für diese Arbeit wurden eine geringe (-SD) und eine große soziale Distanz (+SD) definiert (vgl. dazu Kap. 4.4.4 sowie Kap 6.2). Im Folgenden wird auf die Distribution der eingesetzten Komplimenterwiderungsstrategien sowohl im Zusammenhang mit der geringen bzw. großen sozialen Distanz als auch bezüglich des Geschlechts des Komplimentempfängers und -gebers in beiden Sprachgemeinschaften eingegangen.

7.4.1 Geringe soziale Distanz

Eine geringe soziale Distanz wurde in den Situationen 1, 3 und 5 angenommen (vgl. hierzu Kap. 6). Die am häufigsten eingesetzte Hauptstrategie als Reaktion auf die Komplimente in dieser Beziehungskonstellation ist ANNEHMEN.

Die bei den Daten in Tabelle 47 angewandte Chi-Quadrat-Tests zeigten für beide Sprachgemeinschaften signifikante Ergebnisse (für die Bulgaren: $\chi^2=9,73$, $df=2$, $p<0,01$; Cramér's $V=0,14$; für die Deutschen: $\chi^2=11,64$, $df=2$, $p<0,01$; Cramér's $V=0,16^{305}$), die darauf hinweisen, dass bei einer geringen SD in beiden Sprachgemeinschaften eine Beziehung zwischen dem Geschlecht des Komplimentempfängers und der Distribution der Hauptstrategien besteht. Das signifikante Ergebnis im bulgarischen Korpus könnte darauf zurückgeführt werden, dass bei einer geringen sozialen Distanz die bulgarischen Frauen häufiger als die Männer Komplimente annehmen, oder darauf, dass die bulgarischen Männer häufiger als die Frauen Komplimente ablehnen oder ihnen häufiger ausweichen. Auch im deutschen Korpus könnte das Ergebnis daran liegen, dass die deutschen Frauen häufiger als die deutschen Männer Komplimente annehmen, oder daran, dass die deutschen Männer sich häufiger als die Frauen für die Hauptstrategie ABLEHNEN entscheiden.

Tabelle 47: Beobachtete Häufigkeiten der drei Hauptstrategien bei geringer SD im Zusammenhang mit dem Geschlecht des Komplimentempfängers

	ANNEHMEN	ABLENKEN/AUSWEICHEN	ABLEHNEN
MBG	171	44	13
WBG	199	27	5
MD	142	42	23
WD	176	40	7

³⁰⁵ Die Cramér's V-Werte weisen bei beiden Sprachgemeinschaften auf einen geringen Effekt hin.

Im Gegensatz dazu zeigten die nicht signifikanten Chi-Quadrat-Werte³⁰⁶, die bei derselben Beziehungskonstellation in beiden Sprachgemeinschaften im Zusammenhang mit dem Geschlecht des Komplimentgebers berechnet wurden, dass dieses bei der Distribution der Hauptstrategien keine Rolle spielt.

Der Dank erweist sich als die von allen Probanden am häufigsten präferierte Strategie im ANNAHME-Bereich, ausgenommen die deutschen Frauen, die dem Kompliment lieber zugestimmt und sich am zweithäufigsten dafür bedankt haben. In den beiden männlichen Probandengruppen kommt die Zustimmung am zweithäufigsten vor. Die bulgarischen Frauen äußern jedoch häufiger Freude über Komplimente und wählen die Zustimmung zum Kompliment erst am dritthäufigsten aus. Während in der bulgarischen Gruppe die weiblichen Komplimentgeber unwesentlich häufiger als die männlichen den Einsatz des Dankes und der Zustimmung bewirken, sind in der deutschen Gruppe die Männer die besseren Prädikatoren für beide Strategien (vgl. Tabelle 50). Die bulgarischen Männer äußern beinahe nur halb so häufig Freude über Komplimente wie die bulgarischen Frauen. In der deutschen Gruppe wird die Strategie „Sichfreuen“ fast zu gleichen Teilen von beiden Geschlechtern gebraucht. In beiden Sprachgemeinschaften wird aber die Äußerung von Freude bevorzugt gegenüber männlichen Komplimentgebern eingesetzt. Gegenkomplimente sind in allen Probandengruppen sehr selten und kommen häufiger gegenüber weiblichen Komplimentgebern vor. Die Strategie „Aufmuntern/Ermutigen“ wird nur von den weiblichen Probanden und gegenüber Männern eingesetzt. Erklärungen als Komplimentannahme finden in der bulgarischen männlichen Gruppe fast doppelt so häufig wie in der weiblichen Verwendung. Auch in der deutschen Gruppe sind es die Männer, die sich häufiger der Erklärung bedienen als die Frauen, im Gegensatz zu den bulgarischen Probanden wird hier jedoch männlichen Komplimentgebern der Vorzug gegeben.

Auffällig im ANNAHME-Bereich ist der hohe Einsatz von kombinierten Strategien seitens der weiblichen Probanden (vgl. Tabelle 50). Die beliebteste Kombination in allen Probandengruppen ist „Sichbedanken“ + „A-Erklären“. Der Dank in Kombination mit der Freude über das Kompliment wird eher von den Frauen als von den Männern bevorzugt, während der mit einem Gegenkompliment kombinierte Dank ausschließlich bei den bulgarischen Probanden zum Einsatz kommt (vgl. Tabelle 48).

³⁰⁶ An dieser Stelle wird auf Grund der nicht signifikanten Werte der Chi-Quadrat-Tests im Zusammenhang mit dem Geschlecht des Komplimentgebers auf die tabellarische Darstellung der beobachteten Häufigkeiten der drei Hauptstrategien verzichtet.

Tabelle 48: Distribution der häufigsten Kombinationen im ANNAHME-Bereich bei geringer SD in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht des Komplimentempfängers und der Sprachgemeinschaft

KOMBINATIONEN K 1	Bulgaren				Deutsche			
	MBG		WBG		MD		WD	
		%		%		%		%
Sichbedanken + A-Erklären	29	46,77	42	41,58	24	38,71	28	28
Sichbedanken + Sichfreuen	4	6,45	22	21,78	5	8,06	26	26
Zustimmen + A-Erklären	8	12,90	6	5,94	9	14,52	24	24
Sichbedanken + Zurückgeben	8	12,90	7	6,93	0	0	0	0
Gesamt	62	100	101	100	62	100	100	100

Wie oben erwähnt, weichen bei einer geringen sozialen Distanz bulgarische Männer Komplimenten häufiger als bulgarische Frauen aus, wohingegen die Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN in der deutschen Gruppe gleich häufig bei beiden Geschlechtern vorkommt. Die beiden Männergruppen setzen diese Strategie fast gleich häufig ein (vgl. zu den folgenden Ausführungen Tabelle 50). Unter den weiblichen Probanden sind es die deutschen Frauen, die Komplimenten häufiger ausweichen als die bulgarischen. Das Geschlecht des Komplimentgebers übt keinen Einfluss auf den Einsatz der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN bei der Komplimentantwort aus.

Die am stärksten vertretene AUSWEICHSTRATEGIE ist „Ausweichen-Erklären“, die von den bulgarischen Männern doppelt so häufig wie von den bulgarischen Frauen gebraucht wird, wenn das Kompliment von einem Mann geäußert wird. Deutsche Männer wählen ebenso wie die bulgarischen Männer, aber häufiger als die deutschen Frauen eine Erklärung, um dem Kompliment auszuweichen. Auch in der deutschen Gruppe ist der männliche Komplimentgeber ein besserer Prädiktor als der weibliche für den Einsatz der Strategie „Ausweichen-Erklären“. Interessant ist im AUSWEICH-Bereich der Gebrauch von Scherzen. Sie kommen in der bulgarischen Gruppe ausschließlich unter den Männern vor. In der deutschen Gruppe sind sie seltener als in der bulgarischen zu finden, und zwar häufiger bei den Männern als bei den Frauen. Angebote werden lediglich von den bulgarischen Probanden gemacht, wobei diese in der männlichen Gruppe häufiger als in der weiblichen anzutreffen sind, und zwar überwiegend gegenüber Frauen. Die AUSWEICHSTRATEGIEN „Bestätigung suchen“, „Zweifeln“ und „Ablenken“ kommen selten zum Einsatz. Lediglich die Strategie „Zweifeln“ fällt bei den deutschen Frauen auf, vor allem gegenüber männlichen Komplimentgebern.

Die deutschen Männer verwenden mehr als die bulgarischen kombinierte AUSWEICHSTRATEGIEN, wenn zwischen den Interaktanten eine geringe SD besteht. Ihr Einsatz in den beiden weiblichen Gruppen ist fast gleich häufig (vgl. Tabelle 50). Die häufigsten Kombinationen in den einzelnen Gruppen sind der Tabelle 49 zu entnehmen.

Tabelle 49: Distribution der häufigsten Kombinationen im AUSWEICH-Bereich bei geringer SD in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht des Komplimentempfängers und der Sprachgemeinschaft

KOMBINATIONEN K 2	Bulgaren				Deutsche			
	MBG		WBG		MD		WD	
		%		%		%		%
Sichbedanken + Herabsetzen	4	44,44	4	28,57	0	0	4	15,38
Sichbedanken + ABL-Erklären ³⁰⁷	0	0	0	0	1	7,69	3	23,08
Zustimmen + Herabsetzen	4	44,44	0	0	1	7,69	0	0
Zustimmen + ABL-Erklären ³⁰⁸	0	0	0	0	1	7,69	4	30,77
Bestätigung suchen + Sichbedanken	0	0	2	14,29	1	7,69	1	7,69
Gesamt	9	100	14	100	13	100	13	100

Der ABLEHNUNGSSTRATEGIEN bedienen sich am häufigsten die deutschen Männer, gefolgt von den bulgarischen Männern und den beiden Frauengruppen (vgl. Tabelle 50). Die in der deutschen Gruppe am häufigsten eingesetzte ABLEHNUNGSSTRATEGIE ist „ABL-Erklären“, die zudem häufiger von den Männern als von den Frauen gebraucht wird. Der bessere Prädiktor für die ablehnende Erklärung in der deutschen Gruppe scheint der weibliche Komplimentgeber zu sein, während in der bulgarischen eine unbedeutende Präferenz für männliche Komplimentgeber zu ersehen ist. Die bulgarischen Probanden lehnen Komplimente in dieser Beziehungskonstellation am häufigsten mit der Strategie „Herabsetzen“ ab. Diese Strategie wird zudem häufiger von den männlichen als von den weiblichen Probanden eingesetzt, vor allem dann, wenn die Komplimente von einer Frau ausgehen. In der deutschen Gruppe sind es ebenfalls die Männer, die sich häufiger als die Frauen für die Strategie „Herabsetzen“ entscheiden. Interessant ist auch, dass die direkte Nichtzustimmung zum Kompliment nur in den gleichgeschlechtlichen männlichen Probandengruppen vorkommt und häufiger in den bulgarischen als in den deutschen Daten zu finden ist (MBG AA – 2,59%, MD AA – 0,93%). Auffällig für die Situationen mit der geringen sozialen Distanz zwischen den Interaktionspartnern ist außerdem, dass die Strategie „Ignorieren“ überhaupt nicht zum Einsatz kommt.

³⁰⁷ Folgende Antwort findet sich in Situation 6: „Danke, aber ich mag es nicht gerne und werde ab morgen wieder Fahrrad fahren.“

³⁰⁸ Ein Beispiel für diese Kombination wäre „Finde ich auch, aber viele der Funktionen sind gar nicht so wichtig“ für Situation 1.

Tabelle 50: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien bei geringer SD in den Probandengruppen, differenziert nach Sprachgemeinschaft und Geschlecht

KOMPLIMENTERWIDERUNGS-STRATEGIEN	Bulgaren		Deutsche		Bulgaren		Deutsche	
	MBG %	WBG %	MD %	WD %	KG MBG %	KG WBG %	KG MD %	KG WD %
1. Zustimmung	11,79	5,60	13,68	17,86	7,83	9,52	17,05	14,61
2. Sichbedanken	21,83	22,84	17,92	11,16	20,43	24,24	15,21	13,70
3. Sichfreuen	4,80	8,19	2,36	2,68	7,83	5,19	4,15	0,91
4. Zurückgeben	0,87	0,86	1,89	0,45	0,43	1,30	0,92	1,37
5. Aufmuntern/Ermutigen	0	0,43	0	0,45	0,43	0	0,46	0
6. A-Erklären	8,30	4,31	1,89	1,34	5,65	6,93	2,30	0,91
Kombinationen K1	27,07	43,53	29,25	44,64	37,39	33,33	33,18	41,10
ANNEHMEN	74,67	85,78	66,98	78,57	80,00	80,52	73,27	72,60
7. Anbieten	2,18	0,86	0	0	0,87	2,16	0	0
8. Scherzen	4,80	0	2,83	1,34	2,61	2,16	1,84	2,28
9. Bestätigung suchen	0,44	0,43	0,94	0,89	0	0,87	0,46	1,37
10. Zweifeln	0,87	0,43	0	2,23	0,87	0,43	1,84	0,46
11. Ablenken	0,44	0,86	0,47	0,45	1,30	0	0	0,91
12. Ausweichen-Erklären	6,11	3,02	9,43	7,14	5,22	3,90	9,68	6,85
Kombinationen K2	4,37	6,03	6,13	5,80	4,78	5,63	5,07	6,85
ABLENKEN/AUSWEICHEN	19,21	11,64	19,81	17,86	15,65	15,15	18,89	18,72
13. Nichtzustimmen	1,31	0	0,47	0	1,30	0	0,46	0
14. Herabsetzen	3,93	1,29	3,30	0,45	1,30	3,90	2,30	1,37
15. Verlegenheit ausdrücken	0	0	0	0	0	0	0	0
16. ABL-Erklären	0,44	0,86	5,66	1,79	0,87	0,43	2,76	4,57
Kombinationen K3	0	0	1,42	0,89	0	0	0,92	1,37
ABLEHNEN	5,68	2,16	10,85	3,13	3,48	4,33	6,45	7,31
Ignorieren	0	0	0	0	0	0	0	0
Andere Interpretationen	0,44	0,43	2,36	0,45	0,87	0	1,38	1,37

7.4.2 Große soziale Distanz

Eine große soziale Distanz wurde für die Situationen 2, 4 und 6 angenommen. Komplimente in Situationen mit großer sozialer Distanz zwischen den Interaktionspartnern werden ebenso wie bei einer geringen sozialen Distanz am häufigsten angenommen (vgl. Tabelle 51). Die berechneten Chi-Quadrat-Werte in Bezug auf Unterschiede in der Distribution der drei Hauptstrategien sowie der Strategie „Ignorieren“ im Zusammenhang mit dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) bei einer großen SD zwischen den Interaktanten waren nicht signifikant. Daraus lässt sich schließen, dass bei dieser Beziehungskonstellation weder das Geschlecht des Komplimentempfängers noch das Geschlecht des Komplimentgebers einen Einfluss auf die Verteilung der drei Hauptstrategien und der Strategie „Ignorieren“ bei den weiblichen und männlichen Probanden in beiden Sprachgemeinschaften hat. Die Unterschiede, die bei der Distribution der Strategien in dieser Beziehungskonstellation zu beobachten sind, zeigen lediglich Tendenzen auf.

Tabelle 51: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien bei großer SD in den vier Probandengruppen, differenziert nach Sprachgemeinschaft und Geschlecht

KOMPLIMENTERWIDERUNGS- STRATEGIEN	Bulgaren		Deutsche		Bulgaren		Deutsche	
	MBG %	WBG %	MD %	WD %	KG MBG %	KG WBG %	KG MD %	KG WD %
1. Zustimmung	6,11	2,94	4,23	2,74	5,56	3,43	4,69	2,28
2. Sichbedanken	15,72	14,71	18,78	27,40	14,53	15,88	23,47	22,83
3. Sichfreuen	3,06	2,94	2,35	0,91	2,56	3,43	1,88	1,37
4. Zurückgeben	6,11	4,62	1,41	0,46	5,56	5,15	0,94	0,91
5. Aufmuntern/Ermutigen	0,44	0,84	0,47	0	1,28	0	0,47	0
6. A-Erklären	6,55	2,94	7,04	1,83	5,56	3,86	5,16	3,65
Kombinationen K1	34,06	48,74	32,39	39,73	39,74	43,35	34,74	37,44
ANNEHMEN	72,05	77,73	66,67	73,06	74,79	75,11	71,36	68,49
7. Anbieten	3,06	1,68	0,47	0,46	1,71	3,00	0,47	0,46
8. Scherzen	0,87	0	2,35	0,46	0	0,86	0,94	1,83
9. Bestätigung suchen	0,44	0,42	0,94	0,91	0	0,86	0,94	0,91
10. Zweifeln	1,31	1,26	1,88	2,28	0,43	2,15	1,41	2,74
11. Ablenken	0	0	0,94	0	0	0	0,47	0,46
12. Ausweichen-Erklären	2,62	1,26	0,94	2,28	2,14	1,72	1,41	1,83
Kombinationen K2	4,80	5,88	5,63	8,68	5,13	5,58	6,10	8,22
ABLEHNEN/AUSWEICHEN	13,10	10,50	13,15	15,07	9,40	14,16	11,74	16,44
13. Nichtzustimmen	0	0	0	0	0	0	0	0
14. Herabsetzen	1,31	1,68	2,35	0,46	1,28	1,72	0,94	1,83
15. Verlegenheit ausdrücken	0	0	0	0,46	0,00	0	0,47	0
16. ABL-Erklären	0,44	0	0,47	0	0,43	0	0,47	0
Kombinationen K3	0	0,84	0	0	0,43	0,43	0	0
ABLEHNEN	1,75	2,52	2,82	0,91	2,14	2,15	1,88	1,83
Ignorieren	12,66	9,24	17,37	10,50	13,68	8,15	14,55	13,24
Andere Interpretationen	0,44	0	0	0,46	0	0,43	0,47	0

Die am häufigsten eingesetzte Strategie in allen Probandengruppen ist der Dank. Dabei sticht die Gruppe der deutschen Frauen im Vergleich zu den restlichen drei Gruppen besonders hervor (vgl. zu den folgenden Ausführungen Tabelle 51). Die Erklärung als Annahme des Kompliments ist die am zweithäufigsten vertretene Strategie bei den bulgarischen Männern, während in der Gruppe der bulgarischen Frauen die Erklärungs- und die Zustimmungsstrategie am dritthäufigsten vorkommen. Auch in der deutschen Gruppe existiert zwischen den männlichen und den weiblichen Probanden ein großer Unterschied beim Einsatz von Erklärungen. Die deutschen Männer verwenden mehr als dreimal so viele Erklärungen wie die deutschen Frauen, wenn sie Komplimente von Personen bekommen, von denen sie weit distanziert sind. Sowohl in den deutschen als auch in den bulgarischen Daten zeichnet sich eine leichte Präferenz für männliche Komplimentgeber beim Gebrauch dieser Strategie ab. Männer stimmen Komplimenten häufiger als Frauen zu, vor allem dann, wenn sie diese von anderen Männern bekommen. Gegenkomplimente sind in der bulgarischen Gruppe trotz der großen sozialen Distanz zwischen den Interaktanten stark vertreten, im Unterschied zu ihrem Einsatz seitens der deutschen Probanden, der eher gering ausfällt. Dabei spielt das Geschlecht des Komplimentgebers weder für die deutschen noch für die bulgarischen Probanden eine Rolle.

Die letzte Strategie, die im ANNAHME-Bereich zu nennen ist, ist „Aufmuntern/Ermutigen“, die in der bulgarischen Gruppe mehr von den Frauen verwendet wird, und zwar lediglich gegenüber Männern (BG BA – 1,69%), sowie in den gleichgeschlechtlichen männlichen Gruppen beider Sprachgemeinschaften (MBG AA – 0,86%, MD AA – 0,95%).

Die weiblichen Probanden präferieren eher als die männlichen die kombinierten Strategien im ANNAHME-Bereich (vgl. Tabelle 51). Wie der nachfolgenden Tabelle 52 zu entnehmen ist, sind die beliebtesten Strategiekombinationen im Zusammenhang mit einer großen SD „Sichbedanken“ + „A-Erklären“ bzw. „Zurückgeben“. Die Vorliebe der deutschen Probanden für die Kombinationen „Zustimmen“ + „A-Erklären“ sowie „Sichbedanken“ + „Sichfreuen“ ist ebenso zu erkennen.

Tabelle 52: Distribution der häufigsten Kombinationen im ANNAHME-Bereich bei großer SD in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht des Komplimentempfängers und der Sprachgemeinschaft

KOMBINATIONEN K 1	Alle BG				Alle D			
	MBG		WBG		MD		WD	
		%		%		%		%
Sichbedanken + A-Erklären	34	43,59	41	35,34	17	24,64	23	26,44
Sichbedanken + Zurückgeben	22	28,21	37	31,90	20	28,99	21	24,14
Zustimmen + A-Erklären	4	5,13	5	4,31	8	11,59	10	11,49
Sichbedanken + Sichfreuen	2	2,56	6	5,17	5	7,25	9	10,34
Gesamt	78	100	116	100	69	100	87	100

Während sich die bulgarischen Männer bei einer großen SD unwesentlich häufiger als die bulgarischen Frauen der AUSWEICHSTRATEGIEN bedienen, sind es innerhalb der deutschen Gruppe die Frauen, die den Komplimenten mehr ausweichen als die Männer (vgl. Tabelle 51). Sowohl unter den deutschen als auch unter den bulgarischen Probanden ist beim Einsatz der AUSWEICHSTRATEGIEN eine Präferenz für weibliche Komplimentgeber zu finden. Die Vorkommenshäufigkeit der einzelnen Unterstrategien im AUSWEICH-Bereich unterscheidet sich in den beiden Sprachgemeinschaften. Die bulgarischen Probanden entscheiden sich am häufigsten für die Strategie „Anbieten“, wobei die Angebote seitens der Männer am meisten vertreten sind, vor allem gegenüber Frauen. Die beliebteste Strategie der männlichen deutschen Probanden ist „Scherzen“, die von den Frauen eher selten eingesetzt wird. Beide Geschlechter reagieren humorvoll auf Komplimente, wenn sie diese von Frauen erhalten. Im bulgarischen Korpus sind es ausschließlich die Männer, die sich für die Humor-Strategie entscheiden, und zwar nur dann, wenn sie von Frauen komplimentiert werden (BG AB – 1,77%). Angebote als Komplimentantwort werden unter den deutschen Probanden sowohl von den männlichen als auch von den weiblichen Probanden lediglich dem anderen Geschlecht gegenüber und gleich häufig gemacht (D AB – 0,93%, D BA – 0,93%). Die deutschen Frauen

ziehen Komplimente am häufigsten entweder in Zweifel oder weichen ihnen mit einer Erklärung aus, vor allem dann, wenn die Komplimente von anderen Frauen ausgehen, die ihnen nicht nahestehen. Die deutschen Männer zweifeln Komplimente weniger als ihre weiblichen Pendants an. Unter den bulgarischen Probanden ist der Einsatz dieser Strategie bei beiden Geschlechtern zu gleichen Teilen vertreten. Jedoch lösen sowohl bei den deutschen als auch bei den bulgarischen Probanden die weiblichen Komplimentgeber häufiger als die männlichen Zweifel an den Komplimenten aus. Am zweithäufigsten findet bei den bulgarischen Männern die Strategie „Ausweichen-Erklären“ Verwendung, die von ihnen doppelt so häufig wie von den bulgarischen Frauen verwendet wird. Unter den deutschen Männern kommt die ausweichende Erklärung selten vor. Innerhalb der bulgarischen Gruppe ist beim Einsatz der „Ausweichen-Erklären“-Strategie eine geringe Präferenz für männliche Komplimentgeber zu finden, wohingegen dies in der deutschen Gruppe genau umgekehrt ist. Eine Bestätigung nach einem Kompliment suchen innerhalb der jeweiligen Sprachgemeinschaft beide Geschlechtergruppen gleich häufig. Während unter den deutschen Probanden das Geschlecht des Komplimentgebers keinen Einfluss auf den Einsatz dieser Strategie hat, wird sie in der bulgarischen Gruppe ausschließlich von weiblichen Komplimentgebern ausgelöst. Eine weitere Unterstrategie des mittleren Bereichs ist die Ablenkung vom Kompliment, die lediglich von den deutschen Männern ausgewählt wird.

Bezüglich der kombinierten Strategien ist in beiden Sprachgemeinschaften eine weibliche Vorliebe für ihren Einsatz zu verzeichnen (vgl. Tabelle 51). Die Präferenzen der vier Probandengruppen für die einzelnen Strategie-Kombinationen können der Tabelle 53 entnommen werden.

Tabelle 53: Distribution der häufigsten Kombinationen im AUSWEICH-Bereich bei großer SD in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht des Komplimentempfängers und der Sprachgemeinschaft

KOMBINATIONEN K 2	Bulgaren				Deutsche			
	MBG		WBG		MD		WD	
		%		%		%		%
Bestätigung suchen + Sichbedanken	2	18,18	1	7,14	3	25	4	21,05
Sichbedanken + Herabsetzen	2	18,18	4	28,57	0	0	0	0
Bestätigung suchen + Zweifeln	3	27,27	1	7,14	0	0	0	0
Zweifeln + Sichbedanken	1	9,09	1	7,14	2	16,67	2	10,53
Gesamt	11	100	14	100	12	100	19	100

Innerhalb der bulgarischen Gruppe sind es die Frauen, die bei einer großen sozialen Distanz unwesentlich häufiger Komplimente ablehnen als die Männer, wohingegen sich in der deutschen Gruppe die Männer öfter für eine Ablehnung entscheiden als die Frauen (vgl. Tabelle 51). Insgesamt ist in beiden Sprachgemeinschaften beim Einsatz von Ablehnungen

keine Geschlechterpräferenz bezüglich des Komplimentgebers zu finden. Die häufigste ABLEHNUNGSSTRATEGIE ist „Herabsetzen“. In der deutschen Gruppe bedienen sich die Männer häufiger als die Frauen dieser Strategie. Eine weitere Unterstrategie im ABLEHNUNGS-Bereich ist die Erklärung, die nur in den gleichgeschlechtlichen männlichen Gruppen gebraucht wird (MBG AA – 0,86%, MD AA – 0,95%). Im Zusammenhang mit der großen sozialen Distanz kommt ein einziges Mal die Strategie „Verlegenheit ausdrücken“ bei den deutschen Frauen vor. Kombinierte ABLEHNUNGSSTRATEGIEN finden ausschließlich bei den bulgarischen Frauen Verwendung. Die Strategie „Ignorieren“ kommt nur im Zusammenhang mit einer großen SD vor, wobei sie bei den Bulgaren und Deutschen mehr von den Männern als von den Frauen eingesetzt wird.

7.4.3 Soziale Distanz im Vergleich

Dieses Kapitel setzt sich damit auseinander, welche Rolle die große und die geringe soziale Distanz zwischen den Interaktanten beim Einsatz der Komplimenterwiderungsstrategien im Bulgarischen und Deutschen spielen. Abbildung 45 zeigt, dass sowohl bei einer geringen als auch bei einer großen sozialen Distanz die Bulgaren häufiger als die Deutschen Komplimente annehmen.

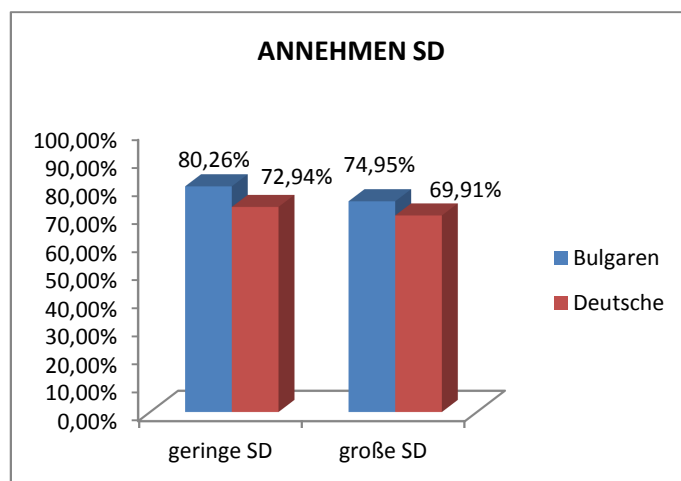


Abb. 45: Distribution der Hauptstrategie ANNEHMEN bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit der sozialen Distanz

Ein signifikantes Ergebnis in Bezug auf Unterschiede in der Distribution der Hauptstrategien bei beiden Sprachgemeinschaften zeigte der berechnete Chi-Quadrat-Test jedoch lediglich bei einer geringen sozialen Distanz ($\chi^2=6,78$, $df=2$, $p<0,05$; Cramér's $V=0,08^{309}$). Die Signifikanz

³⁰⁹ Es handelt sich hier erneut um einen geringen Effekt.

könnte daran liegen, dass in dieser Beziehungskonstellation die bulgarischen Probanden Komplimente häufiger als die deutschen annehmen, oder daran, dass die deutschen Probanden Komplimente häufiger als die bulgarischen ablehnen oder ihnen ausweichen (vgl. Tabelle 54).

Tabelle 54: Beobachtete Häufigkeiten der drei Hauptstrategien bei Bulgaren und Deutschen bei einer geringen SD

	ANNEHMEN	ABLENKEN/AUSWEICHEN	ABLEHNEN
Bulgaren	370	71	18
Deutsche	318	82	30

Im ANNAHME-Bereich haben sich im Zusammenhang mit der sozialen Distanz folgende Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen den beiden Probandengruppen herauskristallisiert (vgl. zu den folgenden Ausführungen Tabelle 57): Der Dank ist die am häufigsten eingesetzte Strategie. Während sich die Bulgaren bei geringer SD häufiger bedanken, tun die Deutschen dies eher bei großer SD. Zustimmungen zu den Komplimenten kommen bei einer geringen SD häufiger als bei einer großen vor. Die Äußerung von Freude kommt häufiger vor, wenn sich die Interaktanten nahestehen (-SD), und ist bei einer geringen sowie bei einer großen Distanz doppelt so häufig unter den Bulgaren wie unter den Deutschen zu finden. Dafür findet die Kombination „Sichbedanken“ + „Sichfreuen“ vermehrt unter den deutschen Probanden Verwendung. Der Einsatz von Gegenkomplimenten als reiner Strategie sticht in der bulgarischen Gruppe im Zusammenhang mit der großen SD hervor. Die deutschen Probanden greifen bei der Komplimentannahme mehr als doppelt so häufig zu Erklärungen, wenn zwischen den Interaktanten eine große SD besteht. Unter den bulgarischen Probanden hingegen findet diese Strategie häufiger bei einer geringen SD Verwendung. Die Strategie „Aufmuntern/Ermutigen“ wird selten gebraucht.

Tabelle 55: Distribution der häufigsten kombinierten ANNAHMESTRATEGIEN bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit der SD

KOMBINATIONEN K1	geringe soziale Distanz (-SD)		große soziale Distanz (+SD)	
	<i>Bulgaren</i> %	<i>Deutsche</i> %	<i>Bulgaren</i> %	<i>Deutsche</i> %
Sichbedanken + A-Erklären	43,56	32,10	38,66	25,64
Sichbedanken + Sichfreuen	15,95	19,14	4,12	8,97
Zustimmen + A-Erklären	8,59	20,37	4,64	11,54
Sichbedanken + Zurückgeben	9,20	0	30,41	26,28

Die beliebteste Kombination, vor allem der bulgarischen Probanden, ist „Sichbedanken“ + „A-Erklären“. Der Ausdruck von Freude kombiniert mit einem Dank kommt bei einer geringen SD häufiger als bei einer großen vor (vgl. Tabelle 55). Zu nennen wäre noch die Zustimmung in Verbindung mit einer Erklärung, eine Kombination, die eine eindeutige Präferenz unter den

deutschen Probanden genießt. Interessant ist die Tatsache, dass der Dank in Kombination mit einem Gegenkompliment im Zusammenhang mit einer großen SD auffällt, wohingegen diese Strategiekombination bei einer geringen SD unter den bulgarischen Probanden viel seltener ist und unter den deutschen überhaupt nicht vorkommt.

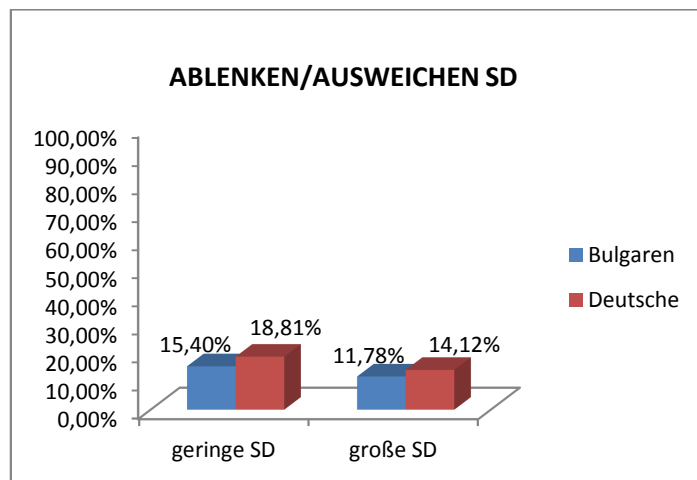


Abb. 46: Distribution der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit der sozialen Distanz

Im Unterschied zum ANNAHME-Bereich sind es im AUSWEICH-Bereich die deutschen Probanden, die sich häufiger als die bulgarischen dieser Strategien bedienen haben, deren Einsatz zudem bei einer geringen SD höher als bei einer großen ist (vgl. Abb. 46) Im AUSWEICH-Bereich fallen in beiden Sprachgemeinschaften folgende Besonderheiten bezüglich ihrer Präferenzen für einzelne Strategien auf (vgl. im Folgenden Tabelle 57): „Anbieten“ ist die Strategie, die für die bulgarischen Probanden typisch ist und häufiger bei einer großen SD vorkommt, während sie unter den deutschen Probanden kaum Verwendung findet. Scherzhafte Komplimentantworten erlauben sich sowohl Bulgaren als auch Deutsche, und zwar häufiger im Zusammenhang mit einer geringen SD. Ausweichende Erklärungen als Komplimentantworten sind ebenso vermehrt anzutreffen, wenn sich die Interaktanten nahestehen (-SD). Während in den Situationen mit einer geringen SD die deutschen Probanden von der Strategie „Ausweichen-Erklären“ stärker als die bulgarischen Gebrauch machen, ist ihr Einsatz in den Situationen mit einer großen SD in den beiden Sprachgemeinschaften fast gleich häufig. Ebenfalls mehr bei einer großen als bei einer geringen sozialen Distanz ziehen sowohl Deutsche als auch Bulgaren die erhaltenen Komplimente in Zweifel. Darüber hinaus lenken die bulgarischen Probanden bei einer großen SD überhaupt nicht von Komplimenten ab. Lediglich beim Einsatz der Strategie „Bestätigung suchen“ spielt die soziale Distanz zwischen den Gesprächspartnern in beiden Sprachgemeinschaften keine Rolle.

Tabelle 56: Distribution der häufigsten kombinierten AUSWEICHSTRATEGIEN bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit der SD

KOMBINATIONEN K2	geringe soziale Distanz (-SD)		große soziale Distanz (+SD)	
	Bulgaren %	Deutsche %	Bulgaren %	Deutsche %
Sichbedanken + Herabsetzen	34,78	7,69	24	0
Sichbedanken + ABL-Erklären	0	15,38	0	3,23
Zustimmen + Herabsetzen	17,39	3,85	0	3,23
Zustimmen + ABL-Erklären	0	19,23	0	0
Bestätigung suchen + Sichbedanken	8,70	7,69	12	22,58
Zweifeln + Sichbedanken	0	0	8	12,90

Zu den Kombinationen im AUSWEICH-Bereich gehören nicht nur Kombinationen von den Strategien innerhalb des eigenen Bereichs, sondern auch solche aus dem ANNAHME-oder ABLEHNUNGs-Bereich. Auf die Vorlieben der beiden Sprachgemeinschaften bezüglich der Kombinationen im AUSWEICH-Bereich wurde bereits in den beiden vorigen Kapiteln eingegangen. Hier erfolgt lediglich eine tabellarische Darstellung (vgl. Tabelle 56).

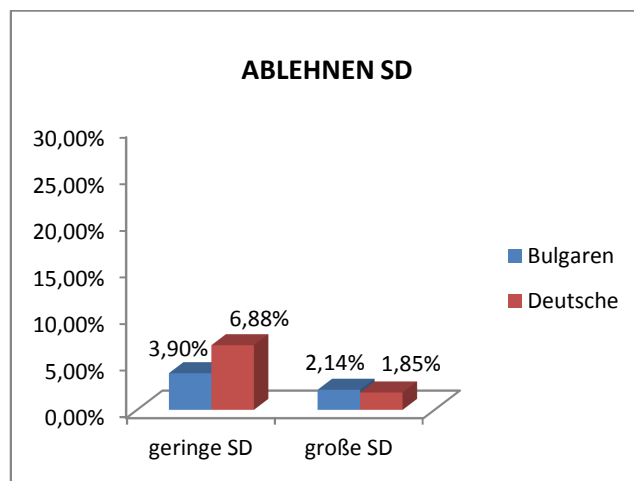


Abb. 47: Distribution der Hauptstrategie ABLEHNEN bei Bulgaren und Deutschen im Zusammenhang mit der sozialen Distanz

Was die Ablehnungen betrifft, so kommen diese in beiden Sprachgemeinschaften häufiger in Verbindung mit der geringen SD vor (vgl. Abb. 47³¹⁰). Die Strategie „ABL-Erklären“ sticht in der deutschen Probandengruppe bei einer geringen SD hervor (vgl. Tabelle 57). Die direkte Nichtzustimmung zum Kompliment ist selten und lediglich bei einer geringen SD zu finden. Die Strategie „Herabsetzen“ ist bei einer geringen sozialen Distanz in den bulgarischen Daten stärker als in den deutschen vertreten, eine große SD hingegen scheint keine Unterschiede

³¹⁰ Auch hier wurde die vertikale Achse im Diagramm zwecks der besseren Übersichtlichkeit auf 30% festgelegt.

zwischen Bulgaren und Deutschen zu veranlassen, da die Strategie in beiden Gruppen fast zu gleichen Teilen vorkommt. Wie bereits an anderer Stelle erwähnt, kommt die Strategie „Verlegenheit ausdrücken“ nur ein einziges Mal vor, und zwar im Zusammenhang mit der großen SD. Kombinierte ABLEHNUNGSSTRATEGIEN stellen eine Seltenheit dar. Die deutschen Probanden setzen sie bei einer geringen Distanz ein, die bulgarischen dagegen bei einer großen.

Zu erwähnen ist auch, dass Komplimente nur dann ignoriert werden, wenn zwischen den Interaktionspartnern eine große SD besteht.

Tabelle 57: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien bei Bulgaren und Deutschen unter Berücksichtigung der SD

KOMPLIMENTERWIDERUNGS- STRATEGIEN	geringe soziale Distanz (-SD)		große soziale Distanz (+SD)	
	Bulgaren %	Deutsche %	Bulgaren %	Deutsche %
1. Zustimmung	8,68	15,83	4,50	3,47
2. Sichbedanken	22,34	14,45	15,20	23,15
3. Sichfreuen	6,51	2,52	3	1,62
4. Zurückgeben	0,87	1,15	5,35	0,93
5. Aufmuntern/Ermutigen	0,22	0,23	0,64	0,23
6. A-Erklären	6,29	1,61	4,71	4,40
Kombinationen K1	35,36	37,16	41,54	36,11
ANNEHMEN	80,26	72,94	74,95	69,91
7. Anbieten	1,52	0	2,36	0,46
8. Scherzen	2,39	2,06	0,43	1,39
9. Bestätigung suchen	0,43	0,92	0,43	0,93
10. Zweifeln	0,65	1,15	1,28	2,08
11. Ablenken	0,65	0,46	0,	0,46
12. Ausweichen-Erklären	4,56	8,26	1,93	1,62
Kombinationen K2	5,21	5,96	5,35	7,18
AUSWEICHEN/ABLENKEN	15,40	18,81	11,78	14,12
13. Nichtzustimmen	0,65	0,23	0	0
14. Herabsetzen	2,60	1,83	1,50	1,39
15. Verlegenheit ausdrücken	0	0	0	0,23
16. ABL-Erklären	0,65	3,67	0,21	0,23
Kombinationen K3	0	1,15	0,43	0
ABLEHNEN	3,90	6,88	2,14	1,85
Ignorieren	0	0	10,92	13,89
Andere Interpretationen	0,43	2,38	0,21	0,23

7.5 Geschlechtsspezifisches Komplimenterwiderungsverhalten

Im Folgenden wird auf die geschlechtsspezifische Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien eingegangen, wobei das Geschlecht des Komplimentempfängers sowie das des Komplimentgebers in die Analyse einbezogen wird. Die Überlegung, das Geschlecht der beiden Interaktanten zu berücksichtigen, resultierte daraus, dass Herbert (1990) in seinem Artikel „Sex-based differences in compliment behavior“ zu dem Ergebnis kam, dass das Geschlecht des Komplimentgebers sich ebenfalls auf die Komplimentantwort auswirkt. Die ersten drei Unterkapitel befassen sich sprachübergreifend mit dem Einfluss der Komplimentthemen, des Status und der sozialen Distanz auf das geschlechtsspezifische Komplimenterwiderungsverhalten. Im Anschluss daran erfolgt die Analyse der geschlechtsspezifischen Besonderheiten innerhalb der jeweiligen Sprachgemeinschaft, um am Ende eine sprachübergreifende Darstellung der geschlechtsspezifischen Unterschiede präsentieren zu können.

7.5.1 Komplimentthemen und Geschlecht

Im Unterschied zu den vorigen Kapiteln, in denen die Probandengruppen nach Sprachgemeinschaft und Geschlecht differenziert waren, werden hier die geschlechtsspezifischen Besonderheiten zusammenfassend (deutsche und bulgarische Männer sowie deutsche und bulgarische Frauen) behandelt, und zwar unter Berücksichtigung der drei Komplimentthemen.

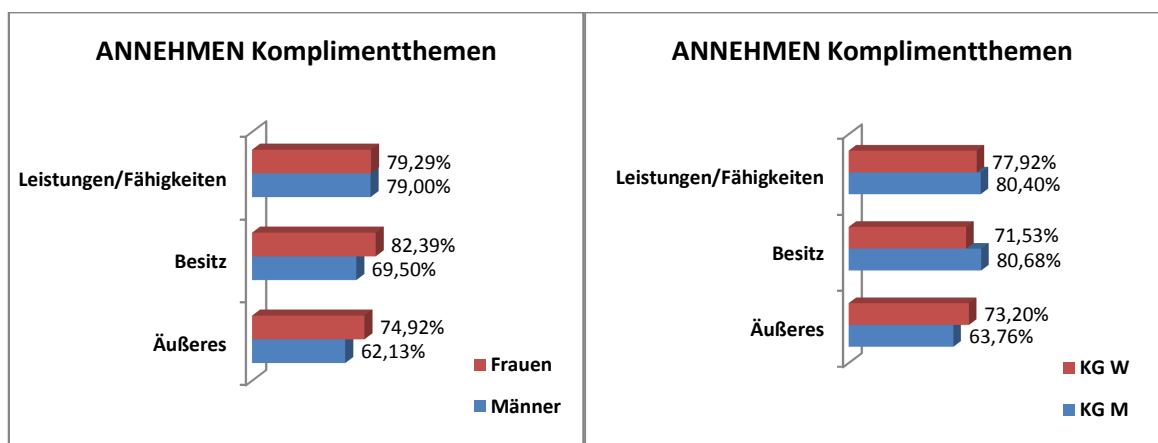


Abb. 48: Distribution der Hauptstrategie ANNEHMEN im Zusammenhang mit den drei Komplimentthemen und dem Geschlecht des Komplimentempfängers und -gebers

Abbildung 48 zeigt, dass Komplimente über Leistungen und Fähigkeiten von beiden Geschlechtern gleich häufig angenommen werden. Geschlechtsspezifische Unterschiede

zeigen sich hinsichtlich der Komplimentthemen „äußeres Erscheinungsbild“ und „Besitz“, bei denen die Komplimente häufiger von den Frauen als von den Männern angenommen werden. Während im Zusammenhang mit dem Äußeren die weiblichen Komplimentgeber die besseren Prädikatoren für die Komplimentannahme sind, sind es bei dem Komplimentthema „Besitz“ die Männer, die häufiger eine Annahme bewirken. Die Präferenz für männliche Komplimentgeber hinsichtlich der Annahme bei dem Komplimentthema „Leistungen/Fähigkeiten“ ist kaum von Bedeutung.

Die Vorkommenshäufigkeit der einzelnen Strategien ist der Tabelle 61 zu entnehmen. Die von beiden Geschlechtern am häufigsten eingesetzte ANNAHMESTRATEGIE bei allen drei Komplimentthemen ist das Danken. Lediglich beim Komplimentthema „Besitz“ stimmen die männlichen Probanden den Komplimenten am häufigsten zu und bedanken sich am zweithäufigsten dafür. Während sich die Frauen häufiger für Komplimente bedanken, die ihr äußeres Erscheinungsbild oder ihre Besitztümer betreffen, tun das die Männer, wenn sie für ihre Leistungen bzw. Fähigkeiten Komplimente erhalten. Die Strategie „Zustimmen“ kommt bei Besitzkomplimenten am häufigsten vor, vor allem unter den Männern, und ist am seltensten im Zusammenhang mit dem Komplimentthema „Leistungen/Fähigkeiten“ zu finden. In Verbindung mit Komplimenten über das Aussehen wird die Strategie „Zustimmen“ häufiger seitens der weiblichen Probanden eingesetzt. Der Ausdruck von Freude ist am häufigsten in Bezug auf Komplimente über Leistungen und Fähigkeiten anzutreffen, wobei diese Strategie bevorzugt von den Frauen gewählt wird. Gegenkomplimente finden fast ausschließlich im Zusammenhang mit dem Äußeren Verwendung und werden häufiger von den männlichen Probanden gebraucht. Es stellt sich außerdem heraus, dass Erklärungen als Annahme von Komplimenten bei allen Komplimentthemen eine bevorzugte männliche Strategie sind.

Die Verteilung der einzelnen Strategien bei den männlichen und weiblichen Probanden, aufgeteilt nach dem Geschlecht des Komplimentgebers, zeigt bei allen drei Komplimentthemen kaum geschlechtsspezifische Differenzen auf. Lediglich bei Besitzkomplimenten erweisen sich die weiblichen Komplimentgeber als die besseren Prädikatoren für den Einsatz der Strategie „Zustimmen“, während bei Komplimenten über Leistungen und Fähigkeiten der Ausdruck von Freude häufiger von den männlichen Komplimentgebern ausgelöst wird. Darüber hinaus wird die Strategie „Aufmuntern/Ermutigen“, die lediglich bei Besitzkomplimenten zum Einsatz kommt, ausschließlich gegenüber männlichen Komplimentgebern gebraucht.

Tabelle 58: Distribution der häufigsten kombinierten ANNAHMESTRATEGIEN im Zusammenhang mit den Komplimentthemen und dem Geschlecht des Komplimentempfängers

KOMBINATIONEN K1	Äußeres		Besitz		Leistungen/Fähigkeiten	
	Männer %	Frauen %	Männer %	Frauen %	Männer %	Frauen %
Sichbedanken + A-Erklären	15	17,12	41,25	41,73	53,15	37,01
Sichbedanken + Zurückgeben	60	57,66	1,25	0,72	0,90	0
Sichbedanken + Sichfreuen	1,25	3,60	0	0,72	13,51	37,66
Zustimmen + A-Erklären	3,75	8,11	26,25	25,18	4,50	0,65

Während die beliebteste Kombination von ANNAHMESTRATEGIEN im Zusammenhang mit Besitzkomplimenten sowie solchen über Leistungen und Fähigkeiten „Sichbedanken“ + „A-Erklären“ ist, ist die Kombination des Dankes mit einem Gegenkompliment die häufigste in Bezug auf das Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“. Eine Auswahl der häufigsten kombinierten ANNAHMESTRATEGIEN ist der Tabelle 58 zu entnehmen.

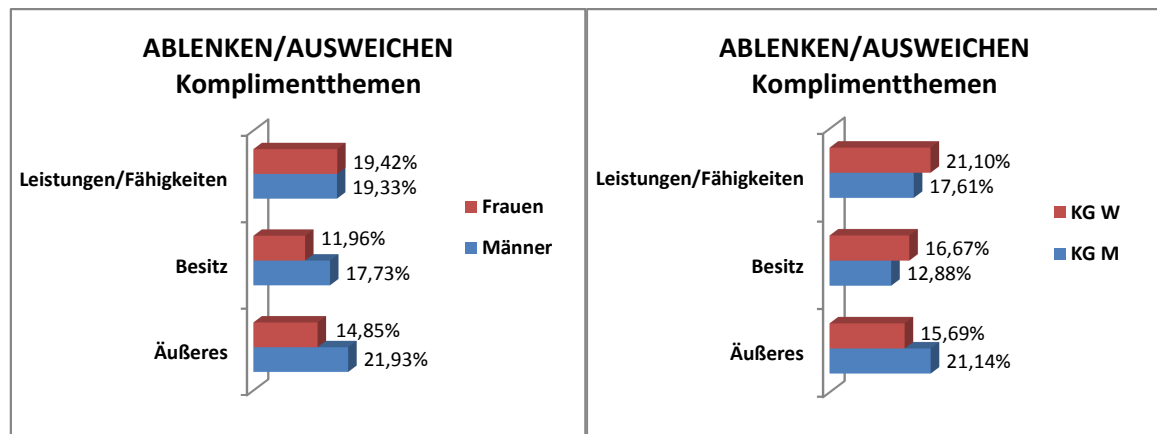


Abb. 49: Distribution der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN³¹¹ im Zusammenhang mit den drei Komplimentthemen und dem Geschlecht des Komplimentempfängers und -gebers

Aus der Abbildung 49³¹² geht hervor, dass Männer Komplimenten häufiger als Frauen ausweichen, wenn Äußeres oder Besitz komplimentiert werden. Hinsichtlich des Komplimentthemas „Leistungen/Fähigkeiten“ bedienen sich beide Geschlechter zu gleichen Teilen der AUSWEICHSTRATEGIEN. Die obige Abbildung lässt außerdem die Tendenz erkennen, dass Besitzkomplimenten und solchen über Leistungen und Fähigkeiten häufiger ausgewichen wird, wenn diese von weiblichen Komplimentgebern ausgehen. Im Gegensatz dazu wird

³¹¹ Inklusive der Strategie „Ignorieren“ beim Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“.

³¹² Zwecks der besseren Übersichtlichkeit und der Vergleichbarkeit der Ergebnisse wurde der Wert der horizontalen Achse in beiden Diagrammen auf 40% festgelegt.

Komplimenten über das „äußere Erscheinungsbild“ häufiger ausgewichen bzw. sie werden häufiger ignoriert, wenn sie von männlichen Komplimentgebern kommen.

Die Distribution der einzelnen Strategien aus dem AUSWEICH-Bereich ist der Tabelle 61 zu entnehmen. Geschlechtsspezifische Besonderheiten sind beim Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“ bei den Strategien „Scherzen“ und „Ausweichen-Erklären“ zu beobachten, die häufiger von den Männern eingesetzt werden. Im Vergleich dazu wählen die Frauen häufiger als die Männer die Strategie „Zweifeln“. Die Unterstrategie „Anbieten“ kommt überwiegend im Zusammenhang mit Besitzkomplimenten vor und wird doppelt so häufig von den Männern wie von den Frauen gebraucht. „Scherzen“ erweist sich bei allen Komplimentthemen als eine beliebte männliche AUSWEICHSTRATEGIE, was am deutlichsten bei den Komplimenten über Leistungen und Fähigkeiten erkennbar ist. Weitere geschlechtsspezifische Besonderheiten in der Verteilung der AUSWEICHSTRATEGIEN bei den drei Komplimentthemen sind nicht zu verzeichnen.

Der Tabelle 61 kann zudem entnommen werden, dass das Geschlecht des Komplimentgebers im Zusammenhang mit dem jeweiligen Komplimentthema keinen großen Einfluss auf die Präferenz für einzelne AUSWEICHSTRATEGIEN ausübt. Es zeigt allerdings, dass bei scherzhaften Komplimentantworten sowie bei Angeboten im Zusammenhang mit dem Komplimentthema „Besitz“ eine leichte Präferenz für weibliche Komplimentgeber zu erkennen ist.

Das Vorkommen von kombinierten Strategien im AUSWEICH-Bereich ist im Vergleich zum ANNAHME-Bereich sehr gering. Am häufigsten werden Kombinationen im Zusammenhang mit den Komplimentthemen „Leistungen/Fähigkeiten“ sowie „Besitz“ gebraucht. Es kommen viele Strategie-Kombinationen bei den drei Komplimentthemen vereinzelt vor, sodass keine spezielle Kombination auf Grund ihrer hohen Vorkommenshäufigkeit hervorsticht. Lediglich die Kombination „Bestätigung suchen“ + „Sichbedanken“ ist bei Komplimenten über „Leistungen und Fähigkeiten“ zu erwähnen.

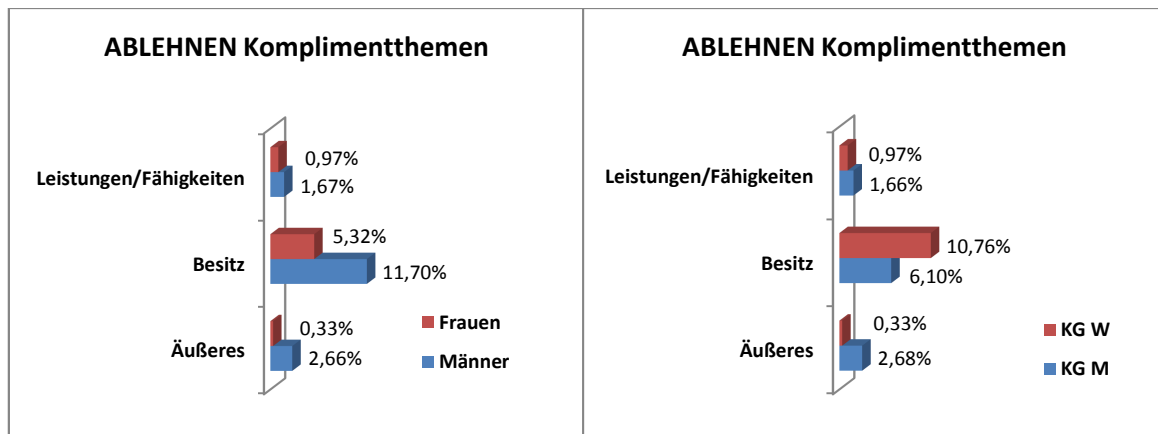


Abb. 50: Distribution der Hauptstrategie ABLEHNEN im Zusammenhang mit den drei Komplimentthemen und dem Geschlecht des Komplimentempfängers und -gebers

Abbildung 50³¹³ zeigt, dass Männer Komplimente häufiger als Frauen ablehnen, unabhängig von dem jeweiligen Komplimentthema. Am häufigsten lehnen die Männer Besitzkomplimente ab, wenn sie diese von Frauen erhalten. Bei den anderen zwei Komplimentthemen sind die männlichen Komplimentgeber die besseren Prädiktoren für den Gebrauch von Ablehnungen. Direkte Nichtzustimmungen zum Kompliment sind ausschließlich unter den Männern und in Verbindung mit dem Äußeren vorzufinden. Die Strategie „Herabsetzen“ wird am häufigsten bei Besitzkomplimenten eingesetzt, und zwar überwiegend von den männlichen Probanden. Ebenso in Verbindung mit Besitzkomplimenten wird die „ABL-Erklären“-Strategie fast dreimal so häufig von den Männern wie von den Frauen verwendet. Im Zusammenhang mit diesem Komplimentthema kommen die beiden Unterstrategien („Herabsetzen“ und „ABL-Erklären“) mehr gegenüber weiblichen Komplimentgebern zum Einsatz (vgl. hierzu Tabelle 61).

Schließlich wurden bei allen drei Komplimentthemen Chi-Quadrat-Tests bezüglich der geschlechtsspezifischen Unterschiede in der Distribution der drei Hauptstrategien (inklusive der Strategie „Ignorieren“ beim Thema „äußeres Erscheinungsbild“) berechnet. Signifikante Ergebnisse im Zusammenhang mit dem Geschlecht des Komplimentempfängers ergaben sich bezüglich der Komplimentthemen „äußeres Erscheinungsbild“ ($\chi^2=8,35$, $df=2$, $p<0,05$; Cramér's $V=0,12$) und „Besitz“ ($\chi^2=13,52$, $df=2$, $p<0,01$; Cramér's $V=0,15$ ³¹⁴).

³¹³ Der Prozentwert der horizontalen Achse wurde in beiden Diagrammen zwecks der besseren Übersichtlichkeit auf 20% festgelegt.

³¹⁴ Die Berechnung nach Cramér's V weist bei beiden Chi-Quadrat-Ergebnissen auf einen geringen Effekt hin.

Tabelle 59: Beobachtete Häufigkeiten der drei Hauptstrategien sowie der Strategie „Ignorieren“ beim Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“ im Zusammenhang mit dem Geschlecht des Komplimentempfängers

	ANNEHMEN	ABLENKEN/AUSWEICHEN	ABLEHNEN ³¹⁵	Ignorieren
Männer	187	36	8	66
Frauen	227	29	1	45

Das signifikante Ergebnis beim Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“ könnte darauf zurückgeführt werden, dass Frauen Komplimente über ihr Äußeres häufiger als Männer annehmen, oder darauf, dass Männer diese Komplimente häufiger als Frauen ignorieren bzw. ihnen häufiger ausweichen (vgl. Tabelle 59).

Tabelle 60: Beobachtete Häufigkeiten der drei Hauptstrategien beim Komplimentthema „Besitz“ im Zusammenhang mit dem Geschlecht des Komplimentempfängers

	ANNEHMEN	ABLENKEN/AUSWEICHEN	ABLEHNEN
Männer	196	50	33
Frauen	248	36	16

Bezüglich des Komplimentthemas „Besitz“ könnte der signifikante Zusammenhang zwischen dem Geschlecht des Komplimentempfängers und den Hauptstrategien daran liegen, dass Frauen Besitzkomplimente häufiger als Männer annehmen, oder daran, dass Männer diese Komplimente häufiger ablehnen bzw. ihnen häufiger ausweichen (vgl. Tabelle 60).

Hinsichtlich der geschlechtsspezifischen Unterschiede in der Verteilung der Hauptstrategien in den Gruppen, aufgeteilt nach dem Geschlecht des Komplimentgebers, ergaben die angewandten Chi-Quadrat-Tests bei keinem der drei Komplimentthemen signifikante Werte.

In Bezug auf die einzelnen Strategien kann zusammengefasst werden, dass als männliche Komplimenterwiderungsstrategien „Zurückgeben“ sowie „Nichtzustimmen“ im Zusammenhang mit dem Äußeren zu nennen sind, „Scherzen“ in Bezug auf „Leistungen und Fähigkeiten“ sowie „Anbieten“ in Verbindung mit Besitzkomplimenten. Erklärungen, unabhängig von dem jeweiligen Komplimentthema und auch davon, ob es sich um annehmende, ausweichende oder ablehnende Erklärungen handelt, erfreuen sich ebenfalls vorwiegend der männlichen Präferenz. Als eindeutig „weiblich“ konnte jedoch keine Strategie identifiziert werden. Lediglich im Zusammenhang mit dem Komplimentthema „Leistungen und Fähigkeiten“ kann die Strategie „Sichfreuen“ auf Grund ihres frequenten Einsatzes als reine Strategie sowie in Kombination mit dem Dank als „frauentypisch“ gesehen werden.

³¹⁵ Die Strategie ABLEHNEN wurde bei der Chi-Quadrat-Berechnung ausgeschlossen.

Tabelle 61: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien im Zusammenhang mit den drei Komplimentthemen in den Probandengruppen, differenziert nach dem Geschlecht des Komplimentempfängers und -gebers

Komplimentthemen	Gruppen	Sit.	Antworten gesamt		Kommentare		1. Zustimmungen	2. Sichbedanken	3. Sichfreuen	4. Zurückgeben	5. Aufmuntern/Ermutigen	6. A-Erklären	Kombinationen K1	ANNEHMEN	7. Anbieten	8. Scherzen	9. Bestätigung suchen	10. Zweifeln	11. Ablenken	12. Ausweichen-Erklären	Kombinationen K2	ABLEHNEN/AUSWEICHEN	13. Nichtzustimmen	14. Herabsetzen	15. Verlegenheit ausdrücken	16. ABL-Erklären	Kombinationen K3	ABLEHNEN	17. Ignorieren	18. Andere Interpretationen
Äußeres Erscheinungsbild	M	2 und 5	301	19	17	53	5	22	0	10	80	187			0	6	2	1	3	17	7	36	4	3	0	1	0	8	66	4
	W		303	14	26	68	3	15	0	4	111	227			0	1	2	7	1	9	9	29	0	0	0	1	0	1	45	1
	M				5,65%	17,61%	1,66%	7,31%	0,00%	3,32%	26,58%	62,13%			0,00%	1,99%	0,66%	0,33%	1,00%	5,65%	2,33%	11,96%	1,33%	1,00%	0,00%	0,33%	0,00%	2,66%	21,93%	1,33%
	W				8,58%	22,44%	0,99%	4,95%	0,00%	1,32%	36,63%	74,92%			0,00%	0,33%	0,66%	2,31%	0,33%	2,97%	2,97%	9,57%	0,00%	0,00%	0,00%	0,33%	0,00%	3,33%	14,85%	0,33%
Besitz	M	1 und 6	282	33	56	35	5	1	2	17	80	196			11	4	2	0	0	15	18	50	0	16	0	14	3	33	0	3
	W		301	19	37	56	3	0	4	9	139	248			5	2	0	1	0	15	13	36	0	8	0	5	3	16	0	1
	M				19,86%	12,41%	1,77%	0,35%	0,71%	6,03%	28,37%	69,50%			3,90%	1,42%	0,71%	0,00%	0,00%	5,32%	6,38%	17,73%	0,00%	5,67%	0,00%	4,96%	1,06%	11,70%	0,00%	1,06%
	W				12,29%	18,60%	1,00%	0,00%	1,33%	2,99%	46,18%	82,39%			1,66%	0,66%	0,00%	0,33%	0,00%	4,98%	4,32%	11,96%	0,00%	2,66%	0,00%	1,66%	1,00%	5,32%	0,00%	0,33%
Leistungen/Fähigkeiten	M	3 und 4	300	21	6	76	18	0	0	26	111	237			2	14	2	8	1	10	21	58	0	5	0	0	0	5	0	0
	W		309	11	3	49	28	0	0	11	154	245			2	1	4	6	2	7	38	60	0	1	1	0	1	3	0	1
	M				2,00%	25,33%	6,00%	0,00%	0,00%	8,67%	37,00%	79,00%			0,67%	4,67%	0,67%	2,67%	0,33%	3,33%	7,00%	19,33%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%
	W				0,97%	15,86%	9,06%	0,00%	0,00%	3,56%	49,84%	79,29%			0,65%	0,32%	1,29%	1,94%	0,65%	2,27%	12,30%	19,42%	0,00%	0,32%	0,32%	0,00%	0,32%	0,97%	0,00%	0,32%
Äußeres Erscheinungsbild	KG M	2 und 5	298	20	21	59	6	17	0	9	78	190			0	3	1	5	1	16	7	33	4	2	0	2	0	8	63	4
	KG W		306	13	22	62	2	20	0	5	113	224			0	4	3	3	3	10	9	32	0	1	0	0	0	1	48	1
	KG M				7,05%	19,80%	2,01%	5,70%	0,00%	3,02%	26,17%	63,76%			0,00%	1,01%	0,34%	1,68%	0,34%	5,37%	2,35%	11,07%	1,34%	0,67%	0,00%	0,67%	0,00%	2,68%	21,14%	1,34%
	KG W				7,19%	20,26%	0,65%	6,54%	0,00%	1,63%	36,93%	73,20%			0,00%	1,31%	0,98%	0,98%	0,98%	3,27%	2,94%	10,46%	0,00%	0,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,33%	15,69%	0,33%
Besitz	KG M	1 und 6	295	26	54	45	4	1	6	13	115	238			6	1	1	0	0	15	15	38	0	7	0	8	3	18	0	1
	KG W		288	27	39	46	4	0	0	13	104	206			10	5	1	1	0	15	16	48	0	17	0	11	3	31	0	3
	KG M				18,31%	15,25%	1,36%	0,34%	2,03%	4,41%	38,98%	80,68%			2,03%	0,34%	0,34%	0,00%	0,00%	5,08%	5,08%	12,88%	0,00%	2,37%	0,00%	2,71%	1,02%	6,10%	0,00%	0,34%
	KG W				13,54%	15,97%	1,39%	0,00%	0,00%	4,51%	36,11%	71,53%			3,47%	1,74%	0,35%	0,35%	0,00%	5,21%	5,56%	16,67%	0,00%	5,90%	0,00%	3,82%	1,04%	10,76%	0,00%	1,04%
Leistungen/Fähigkeiten	KG M	3 und 4	301	20	3	60	27	0	0	20	132	242			1	8	1	5	3	10	25	53	0	4	1	0	0	5	0	1
	KG W		308	12	6	65	19	0	0	17	133	240			3	7	5	9	0	7	34	65	0	2	0	0	1	3	0	0
	KG M				1,00%	19,93%	8,97%	0,00%	0,00%	6,64%	43,85%	80,40%			0,33%	2,66%	0,33%	1,66%	1,00%	3,32%	8,31%	17,61%	0,00%	1,33%	0,33%	0,00%	0,00%	1,66%	0,00%	0,33%
	KG W				1,95%	21,10%	6,17%	0,00%	0,00%	5,52%	43,18%	77,92%			0,97%	2,27%	1,62%	2,92%	0,00%	2,27%	11,04%	21,10%	0,00%	0,65%	0,00%	0,00%	0,32%	0,97%	0,00%	0,00%

7.5.2 Status und Geschlecht

Nachdem unter Punkt 7.5.1 der Einfluss von der Wechselwirkung zwischen den Komplimentthemen und dem Geschlecht auf die Distribution und Häufigkeit der verwendeten Komplimenterwiderungsstrategien dargestellt wurde, liegt der Schwerpunkt dieses Kapitels auf den geschlechtsspezifischen Besonderheiten unter Berücksichtigung des Status der Interaktanten.

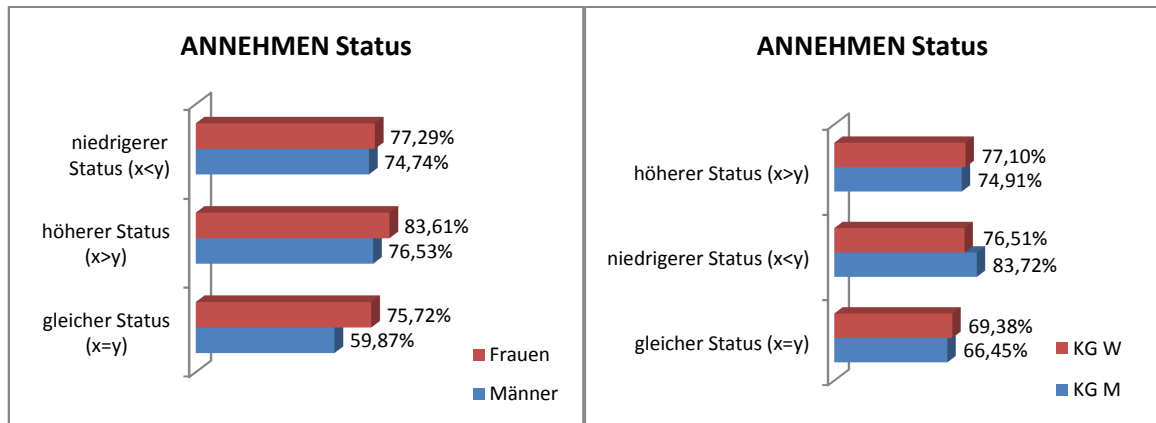


Abb. 51: Distribution der Hauptstrategie ANNEHMEN im Zusammenhang mit dem Status und dem Geschlecht des Komplimentempfängers und -gebers

Wie in Abbildung 51 zu erkennen ist, zeigen sich beim Einsatz der Hauptstrategie ANNEHMEN sichtbare Differenzen zwischen den Männern und Frauen lediglich in Verbindung mit einem gleichen und einem höheren Status des Komplimentempfängers. Der bezüglich dieser Unterschiede angewandte Chi-Quadrat-Test zeigte nur bei einem gleichen Status der Interaktanten ein signifikantes Ergebnis ($\chi^2=19,84$, $df=2$, $p<0,001$; Cramér's $V=0,17^{316}$). Es zeigt sich also, dass in dieser Statuskonstellation Frauen häufiger als Männer Komplimente annehmen, während Männer diese häufiger ablehnen, ignorieren oder ihnen häufiger ausweichen (vgl. Tabelle 62).

Tabelle 62: Beobachtete Häufigkeiten der drei Hauptstrategien sowie der Strategie „Ignorieren“ bei einem gleichen Status der Interaktanten, aufgeteilt nach dem Geschlecht des Komplimentempfängers

	ANNEHMEN	ABLENKEN/AUSWEICHEN + Ignorieren	ABLEHNEN
Männer	182	93	27
Frauen	237	65	10

³¹⁶ Die Berechnung nach Cramér's V deutet auf einen geringen Effekt hin.

Ebenso signifikant erwies sich auch das Ergebnis des Chi-Quadrat-Tests bei einem gleichen Status der Interaktanten im Zusammenhang mit dem Geschlecht des Komplimentgebers ($\chi^2=6,43$, $df=2$, $p<0,05$; Cramér's $V=0,10^{317}$). Der signifikante Zusammenhang zwischen dem Geschlecht des Komplimentgebers und den Hauptstrategien könnte daraus resultieren, dass bei einem gleichen Status der Interagierenden den Komplimenten männlicher Komplimentgeber häufiger als denen weiblicher ausgewichen wird oder daraus, dass weibliche Komplimentgeber das ABLEHNEN der Komplimente häufiger herbeiführen (vgl. Tabelle 63).

Tabelle 63: Beobachtete Häufigkeiten der drei Hauptstrategien sowie der Strategie „Ignorieren“ bei einem gleichen Status der Interaktanten, aufgeteilt nach dem Geschlecht des Komplimentgebers

	ANNEHMEN	ABLEHNEN/AUSWEICHEN + Ignorieren	ABLEHNEN
KG M	206	90	13
KG W	213	68	24

In Bezug auf die beiden anderen Statuskonstellationen kann festgehalten werden, dass Frauen mit einem höheren Status Komplimente häufiger als ihre Pendants annehmen, wenn sie diese von männlichen Komplimentgebern mit einem niedrigeren Status bekommen (vgl. Abb. 51). Bei einem niedrigeren Status des Komplimentempfängers und einem höheren des Komplimentgebers ist die Differenz zwischen beiden Geschlechtern kaum nennenswert.

In allen Statuskonstellationen ist die häufigste Komplimenterwiderungsstrategie der Dank, mit Ausnahme der männlichen Probanden, die bei einem gleichen Status der Interaktanten den Komplimenten am häufigsten zugestimmt haben. Während bei einem gleichen Status der Dank von den weiblichen Probanden häufiger als von den männlichen geäußert wird, bedanken sich bei ungleichem Status die Männer und die Frauen fast zu gleichen Teilen (vgl. zu den folgenden Ausführungen Tabelle 66). Bei einem gleichen Status zwischen den Interaktanten stimmen Männer Komplimenten häufiger als Frauen zu und geben ebenfalls häufiger Komplimente zurück. Gegenkomplimente sind in dieser Statuskonstellation am häufigsten zu finden, während sie in der Statuskonstellation mit einem höheren Status des Komplimentempfängers und einem niedrigeren des Komplimentgebers ($x>y$) überhaupt nicht vorkommen. Die Äußerung von Freude über Komplimente findet überwiegend bei ungleichem Status der Interaktionspartner Verwendung, wobei Frauen mit einem höheren Status ihre Freude über Komplimente häufiger als Männer mit demselben Status äußern. Weitere geschlechtsspezifische Besonderheiten sind in Verbindung mit einem ungleichen Status der

³¹⁷ Die Berechnung nach Cramér's V deutet auch hier auf einen geringen Effekt hin.

Interagierenden bei der Strategie „A-Erklären“ zu beobachten, die bei den männlichen Probanden mehr als doppelt so häufig wie bei den weiblichen zum Einsatz kommt.

Im Zusammenhang mit dem Geschlecht des Komplimentgebers fällt lediglich auf, dass männlichen Komplimentgebern mit einem niedrigeren Status häufiger als weiblichen zugestimmt wird. Ferner erweisen sich männliche Komplimentgeber mit einem höheren Status als bessere Prädiktoren für die Strategie „A-Erklären“.

Tabelle 64: Distribution der häufigsten kombinierten ANNAHMESTRATEGIEN im Zusammenhang mit dem Status und dem Geschlecht des Komplimentempfängers

KOMBINATIONEN K1	Gleicher Status (x=y)		Höherer Status (x>y)		Niedrigerer Status (x<y)	
	Männer %	Frauen %	Männer %	Frauen %	Männer %	Frauen %
Sichbedanken + A-Erklären	17,05	23,66	47,96	31,33	49,41	45,53
Sichbedanken + Zurückgeben	45,45	45,04	1,02	0	10,59	4,88
Sichbedanken + Sichfreuen	0	0,76	8,16	30,67	9,41	13,01
Zustimmen + A-Erklären	13,64	15,27	14,29	10,67	3,53	7,32

Frauen bedienen sich viel häufiger kombinierter ANNAHMESTRATEGIEN als Männer, unabhängig von der jeweiligen Statuskonstellation. Während bei einem gleichen Status der Interaktanten die häufigste Strategiekombination „Sichbedanken“ + „Zurückgeben“ ist, ist bei ungleichem Status „Sichbedanken“ + „A-Erklären“ die am häufigsten eingesetzte Kombination (vgl. Tabelle 64).

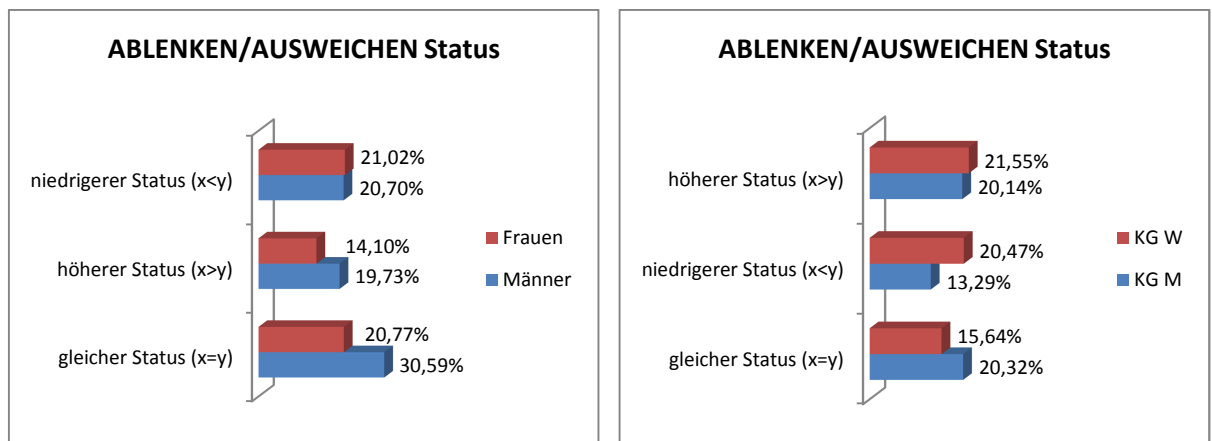


Abb. 52: Distribution der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN³¹⁸ im Zusammenhang mit dem Status und dem Geschlecht des Komplimentempfängers und -gebers

³¹⁸ Inklusive der Strategie „Ignorieren“ bei einem gleichen Status der Interaktanten.

Aus der Abbildung 52³¹⁹ geht hervor, dass bei einem gleichen Status der Interagierenden sowie bei einem höheren Status des Komplimentempfängers die Männer häufiger als die Frauen die Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN einsetzen. Bei einem niedrigeren Status des Komplimentempfängers weichen beide Geschlechter fast zu gleichen Teilen den Komplimenten aus. Betrachtet man die Distribution der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentgebers, so sind geschlechtsspezifische Differenzen ebenfalls bei einem gleichen Status der Interaktionspartner zu sehen, wobei in dieser Statuskonstellation die männlichen Komplimentgeber häufiger als die weiblichen den Einsatz dieser Hauptstrategie auslösen. Darüber hinaus wird den Komplimenten weiblicher Komplimentgeber mit einem niedrigeren Status häufiger als denen männlicher Komplimentgeber mit demselben Status ausgewichen.

Die von beiden Geschlechtern am häufigsten eingesetzte Strategie im Kompromissbereich ist „Ausweichen-Erklären“, ausgenommen die weiblichen Probanden mit einem niedrigeren Status, die am häufigsten die Strategie „Zweifeln“ verwenden. Während sich bei einem höheren Status des Komplimentempfängers beide Geschlechter gleich häufig der Strategie „Ausweichen-Erklären“ bedienen, sind es in den beiden anderen Statuskonstellationen die Männer, die das häufiger tun. Es ist auch im Zusammenhang mit dem Status deutlich erkennbar, dass humorvolle Antworten männereigen sind. Zudem kommen Scherze hauptsächlich in ungleichen Statuskonstellationen sowie mit einer leichten Präferenz für weibliche Komplimentgeber vor. Unter Statusgleichen wird selten gescherzt. In der Statuskonstellation mit einem höheren Status des Komplimentempfängers und einem niedrigeren des Komplimentgebers kommt die Strategie „Anbieten“ am häufigsten vor, vor allem gegenüber weiblichen Komplimentgebern. Bei einem niedrigeren Status des Komplimentempfängers finden Angebote überhaupt keine Verwendung.

Geschlechtsspezifische Unterschiede im Zusammenhang mit dem Status bezüglich des Einsatzes von kombinierten AUSWEICHSTRATEGIEN ergeben sich lediglich bei einem niedrigeren Status des Komplimentempfängers und einem höheren des Komplimentgebers, wobei sich die Frauen häufiger als die Männer für Kombinationen entscheiden (vgl. Tabelle 66). Während bei einem gleichen Status Männer am häufigsten die Zustimmung mit der Strategie „Herabsetzen“ kombinieren, wählen die Frauen den Dank in Kombination mit einer

³¹⁹ Der Prozentwert der horizontalen Achse wurde in beiden Diagrammen zwecks der besseren Übersichtlichkeit auf 40% festgelegt.

ablehnenden Erklärung. Bei einem höheren Status entscheiden sich jedoch beide Geschlechter gleich häufig für die Kombination „Sichbedanken“ + „Herabsetzen“. Die präferierte Strategiekombination bei einem niedrigeren Status des Komplimentempfängers ist „Bestätigung suchen“ + „Sichbedanken“ (vgl. Tabelle 65).

Tabelle 65: Distribution der häufigsten kombinierten AUSWEICHSTRATEGIEN im Zusammenhang mit dem Status und dem Geschlecht des Komplimentempfängers

KOMBINATIONEN K1	Gleicher Status (x=y)		Höherer Status (x>y)		Niedrigerer Status (x<y)	
	Männer %	Frauen %	Männer %	Frauen %	Männer %	Frauen %
Zustimmen + Herabsetzen	45,50	0	0	6,67	0	0
Sichbedanken + Herabsetzen	9,09	9,09	33,33	33,33	0	11,76
Sichbedanken + ABL-Erklären	9,09	27,27	6,67	0	0	0
Bestätigung suchen + Sichbedanken	0	0	0	0	30	23,53
Zweifeln + Sichbedanken	0	0	0	0	15	8,82

Der nachfolgenden Abbildung 53³²⁰ ist zu entnehmen, dass Männer bei einem gleichen Status der Interaktanten Komplimente häufiger als Frauen ablehnen, wenn sie die Komplimente von Frauen erhalten. In den anderen beiden Statuskonstellationen sind die Differenzen nicht von Bedeutung.

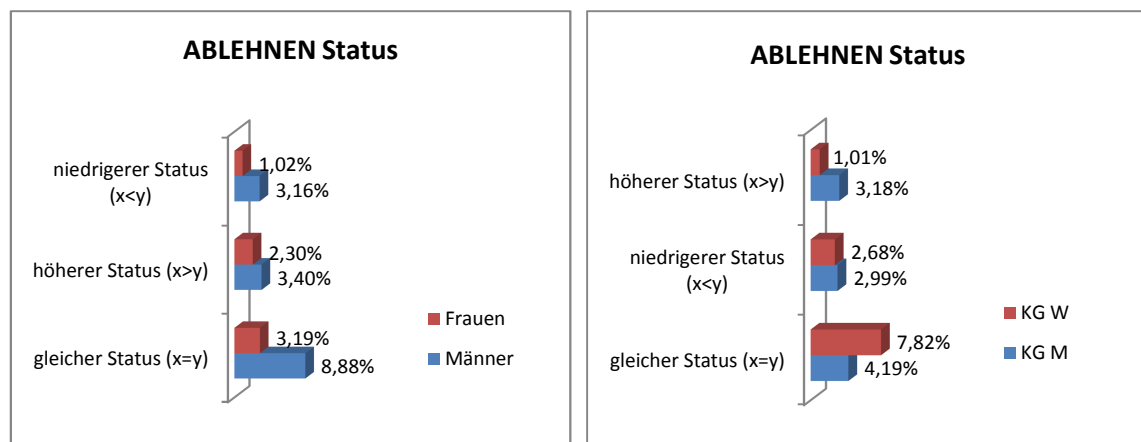


Abb. 53: Distribution der Hauptstrategie ABLEHNEN im Zusammenhang mit dem Status und dem Geschlecht des Komplimentempfängers und -gebers

Die häufigste Strategie im ABLEHNUNGS-Bereich ist „Herabsetzen“, die in allen Statuskonstellationen von den Männern präferiert wird. Die zweithäufigste ABLEHNUNGSTRATEGIE „ABL-Erklären“ wird hauptsächlich bei gleichem Status zwischen den Probanden eingesetzt, und zwar häufiger von den männlichen als von den weiblichen

³²⁰ Der Prozentwert der horizontalen Achse beträgt 20%.

Probanden. Nichtzustimmungen finden nur unter den männlichen Probanden mit einem niedrigeren Status Verwendung, wenn die Komplimente von Männern mit einem höheren Status ausgehen. Kombinierte ABLEHNUNGSSTRATEGIEN kommen selten und überwiegend zwischen gleichgestellten Interaktanten vor.

Tabelle 66: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien im Zusammenhang mit dem Status und dem Geschlecht des Komplimentempfängers und -gebers

Statuskonstellation	Gruppen	Sit.	Antworten gesamt	Kommentare	1. Zustimmung	2. Sichbedanken	3. Sichfreuen	4. Zurückgeben	5. Aufmuntern/Ermöglichen	6. A-Erklären	Reine Strategien gesamt	Kombinationen K1	ANNEHMEN	7. Anbieten	8. Scherzen	9. Bestätigung suchen	10. Zweifeln	11. Ablehnen	12. Ausweichen-Erklären	Reine Strategien gesamt	Kombinationen K2	ABLEHNEN/AUSWEICHEN	13. Nichtzustimmen	14. Herabsetzen	15. Verlegenheit ausdrücken	16. ABL-Erklären	Reine Strategien gesamt	Kombinationen K3	ABLEHNEN	17. Ignorieren	18. Andere Interpretationen
Gleicher Status (x=y)	M	1 und 2	304	15	37	36	2	18	0	1	94	88	182	3	1	0	0	2	10	16	11	27	0	10	0	14	24	3	27	66	2
	W		313	7	24	62	2	12	2	4	106	131	237	0	1	0	1	0	7	9	11	20	0	3	0	5	8	2	10	45	1
	M				12,17%	11,84%	0,66%	5,92%	0,00%	0,33%	30,92%	28,95%	59,87%	0,99%	0,33%	0,00%	0,00%	0,66%	3,29%	5,26%	3,62%	8,88%	0,00%	3,29%	0,00%	4,61%	7,89%	0,99%	8,88%	21,71%	0,66%
	W				7,67%	19,81%	0,64%	3,83%	0,64%	1,28%	33,87%	41,85%	75,72%	0,00%	0,32%	0,00%	0,32%	0,00%	2,24%	2,88%	3,51%	6,39%	0,00%	0,96%	0,00%	1,60%	2,56%	0,64%	3,19%	14,38%	0,32%
Höherer Status (x>y)	M	3 und 6	294	22	21	64	12	0	2	28	127	98	225	10	13	3	1	1	15	43	15	58	0	9	0	1	10	0	10	0	1
	W		305	15	16	56	21	0	2	10	105	150	255	7	2	1	1	2	15	28	15	43	0	6	0	0	6	1	7	0	0
	M				7,14%	21,77%	4,08%	0,00%	0,68%	9,52%	43,20%	33,33%	76,53%	3,40%	4,42%	1,02%	0,34%	0,34%	5,10%	14,63%	5,10%	19,73%	0,00%	3,06%	0,00%	0,34%	3,40%	0,00%	3,40%	0,00%	0,34%
	W				5,25%	18,36%	6,89%	0,00%	0,66%	3,28%	34,43%	49,18%	83,61%	2,30%	0,66%	0,33%	0,33%	0,66%	4,92%	9,18%	4,92%	14,10%	0,00%	1,97%	0,00%	0,00%	1,97%	0,33%	2,30%	0,00%	0,00%
Niedrigerer Status (x<y)	M	4 und 5	285	36	21	64	14	5	0	24	128	85	213	0	10	3	8	1	17	39	20	59	4	5	0	0	9	0	9	0	4
	W		295	22	26	55	11	3	0	10	105	123	228	0	1	5	12	1	9	28	34	62	0	0	1	1	2	1	3	0	2
	M				7,37%	22,46%	4,91%	1,75%	0,00%	8,42%	44,91%	29,82%	74,74%	0,00%	3,51%	1,05%	2,81%	0,35%	5,96%	13,68%	7,02%	20,70%	1,40%	1,75%	0,00%	0,00%	3,16%	0,00%	3,16%	0,00%	1,40%
	W				8,81%	18,64%	3,73%	1,02%	0,00%	3,39%	35,59%	41,69%	77,29%	0,00%	0,34%	1,69%	4,07%	0,34%	3,05%	9,49%	11,53%	21,02%	0,00%	0,00%	0,34%	0,34%	0,68%	0,34%	1,02%	0,00%	0,68%
Gleicher Status (x=y)	KG M	1 und 2	310	11	31	49	2	16	2	2	102	104	206	1	1	0	0	1	10	13	14	27	0	3	0	8	11	2	13	63	1
	KG W		307	11	30	49	2	14	0	3	98	115	213	2	1	0	1	1	7	12	8	20	0	10	0	11	21	3	24	48	2
	KG M				10,00%	15,81%	0,65%	5,16%	0,65%	0,65%	32,90%	33,55%	66,45%	0,32%	0,32%	0,00%	0,00%	0,32%	3,23%	4,19%	4,52%	8,71%	0,00%	0,97%	0,00%	2,58%	3,55%	0,65%	4,19%	20,32%	0,32%
	KG W				9,77%	15,96%	0,65%	4,56%	0,00%	0,98%	31,92%	37,46%	69,38%	0,65%	0,33%	0,00%	0,33%	0,33%	2,28%	3,91%	2,61%	6,51%	0,00%	3,26%	0,00%	3,58%	6,84%	0,98%	7,82%	15,64%	0,65%
Niedrigerer Status (x<y)	KG M	3 und 6	301	19	26	61	21	0	4	18	130	122	252	6	6	1	1	3	15	32	8	40	0	7	0	1	8	1	9	0	0
	KG W		298	19	11	59	12	0	0	20	102	126	228	11	9	3	1	0	15	39	22	61	0	8	0	0	8	0	8	0	1
	KG M				8,64%	20,27%	6,98%	0,00%	1,33%	5,98%	43,19%	40,53%	83,72%	1,99%	1,99%	0,33%	0,33%	1,00%	4,98%	10,63%	2,66%	13,29%	0,00%	2,33%	0,00%	0,33%	2,66%	0,33%	2,99%	0,00%	0,00%
	KG W				3,69%	19,80%	4,03%	0,00%	0,00%	6,71%	34,23%	42,28%	76,51%	3,69%	3,02%	1,01%	0,34%	0,00%	5,03%	13,09%	7,38%	20,47%	0,00%	2,68%	0,00%	0,00%	2,68%	0,00%	2,68%	0,00%	0,34%
Höherer Status (x>y)	KG M	4 und 5	283	36	21	54	14	2	0	22	113	99	212	0	5	2	9	0	16	32	25	57	4	3	1	1	9	0	9	0	5
	KG W		297	22	26	65	11	6	0	12	120	109	229	0	6	6	11	2	10	35	29	64	0	2	0	0	2	1	3	0	1
	KG M				7,42%	19,08%	4,95%	0,71%	0,00%	7,77%	39,93%	34,98%	74,91%	0,00%	1,77%	0,71%	3,18%	0,00%	5,65%	11,31%	8,83%	20,14%	1,41%	1,06%	0,35%	0,35%	3,18%	0,00%	3,18%	0,00%	1,77%
	KG W				8,75%	21,89%	3,70%	2,02%	0,00%	4,04%	40,40%	36,70%	77,10%	0,00%	2,02%	2,02%	3,70%	0,67%	3,37%	11,78%	9,76%	21,55%	0,00%	0,67%	0,00%	0,00%	0,67%	0,34%	1,01%	0,00%	0,34%

7.5.3 Soziale Distanz und Geschlecht

Dieses Kapitel befasst sich mit der Frage, welche Komplimenterwiderungsstrategien Männer und Frauen unter dem Einfluss der sozialen Distanz einsetzen und präferieren, wobei die Männer und die Frauen beider Sprachgemeinschaften zusammenfassend betrachtet werden.

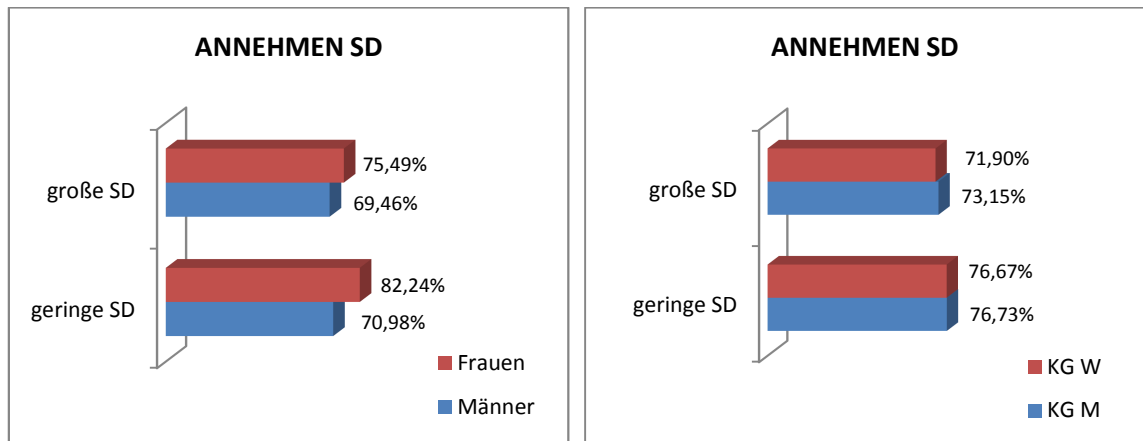


Abb. 54: Distribution der Hauptstrategie ANNEHMEN im Zusammenhang mit der SD und dem Geschlecht des Komplimentempfängers und -gebers

Aus der Abbildung 54 geht hervor, dass in beiden Beziehungskonstellationen Frauen häufiger als Männer Komplimente akzeptieren. Darüber hinaus zeigte der bei den Daten in Tabelle 67 angewandte Chi-Quadrat-Test ein signifikantes Ergebnis ($\chi^2=19,55$, $df=2$, $p<0,001$; Cramér's $V=0,14^{321}$), das darauf hindeutet, dass Frauen häufiger als Männer Komplimente annehmen, wenn ihnen der Komplimentgeber nahesteht (-SD). Männer hingegen lehnen in beiden Beziehungskonstellationen Komplimente häufiger als Frauen ab oder weichen ihnen aus. Im Zusammenhang mit einer großen sozialen Distanz waren die berechneten Chi-Quadrat-Werte bezüglich der Unterschiede in der Distribution der Hauptstrategien bei Männern und Frauen nicht signifikant. Keine signifikanten Ergebnisse ergaben auch die angewandten Chi-Quadrat-Tests bei einer geringen sowie bei einer großen sozialen Distanz im Zusammenhang mit dem Geschlecht des Komplimentgebers.

Tabelle 67: Beobachtete Häufigkeiten der drei Hauptstrategien bei einer geringen SD im Zusammenhang mit dem Geschlecht des Komplimentempfängers

	ANNEHMEN	AUSWEICHEN	ABLEHNEN
Männer	313	86	36
Frauen	375	67	12

³²¹ Der Cramér's V-Wert gibt einen Hinweis auf einen geringen Effekt.

Während sich die Vorkommenshäufigkeit der Hauptstrategie ANNEHMEN unter den männlichen Probanden in beiden Beziehungskonstellationen kaum unterscheidet, ist in der Frauengruppe ein höherer Einsatz dieser Strategie im Zusammenhang mit der geringen sozialen Distanz zu verzeichnen (vgl. Abb. 54). Der Dank als die von beiden Geschlechtern am häufigsten eingesetzte Strategie im ANNAHME-Bereich kommt unter den Frauen viel mehr in den Situationen mit einer großen SD vor, unter den Männern hingegen ist er stärker in den Situationen anzutreffen, in denen eine geringe SD vorhanden ist, in beiden Fällen aber mit einer geringen Affinität weiblichen Komplimentgebern gegenüber (vgl. zu den folgenden Ausführungen Tabelle 70). Der Unterschied zwischen geringer und großer Distanz zwischen den Interaktanten fällt beim Einsatz der Strategie „Zustimmen“ auf. Sie kommt häufiger in Situationen mit einander nahestehenden Interaktanten und fast zu gleichen Teilen bei beiden Geschlechtern vor. In den Situationen, in denen eine große Distanz zwischen den Gesprächspartnern vorhanden ist, stimmen Männer fast doppelt so häufig wie Frauen Komplimenten zu, vor allem dann, wenn sie diese von anderen Männern erhalten.

Sowohl Männer als auch Frauen äußern Freude über Komplimente, wenn sie diese von ihnen nahestehenden Personen erhalten, wobei die Frauen deutlich mehr als die Männer diese Strategie einsetzen, wenn sie von Männern komplimentiert werden. Genau umgekehrt ist es in den Situationen mit einer großen sozialen Distanz zwischen den Gesprächspartnern: die Männer äußern häufiger Freude über diese Komplimente als die Frauen, unabhängig von dem Geschlecht des Komplimentgebers. Interessant ist die Tatsache, dass Männer Komplimente häufiger als Frauen zurückgeben und Gegenkomplimente von beiden Geschlechtern viel häufiger bei einer großen SD zu finden sind. Aufmunterungen bzw. Ermutigungen kommen bei den männlichen Probanden im Zusammenhang mit einer geringen SD gar nicht vor, bei einer großen SD kommen sie bei beiden Geschlechtern gleich häufig zum Einsatz, und zwar ausschließlich männlichen Komplimentgebern gegenüber. In beiden Beziehungskonstellationen findet die Strategie „A-Erklären“ häufiger unter den männlichen als unter den weiblichen Probanden Gebrauch. Darüber hinaus setzen die männlichen Probanden diese Strategie stärker bei einer großen als bei einer geringen sozialen Distanz ein. Erklärungen als Komplimentannahme werden bei einer großen SD Männern gegenüber eingesetzt, wohingegen bei einer geringen SD das Geschlecht des Komplimentgebers keine Rolle spielt.

Tabelle 68: Distribution der häufigsten kombinierten ANNAHMESTRATEGIEN im Zusammenhang mit der sozialen Distanz und dem Geschlecht des Komplimentempfängers

KOMBINATIONEN K1	geringe soziale Distanz (-SD)		große soziale Distanz (+SD)	
	Männer	%	Frauen	%
Sichbedanken + A-Erklären	42,74		34,83	
Sichbedanken + Zurückgeben	6,45		3,48	
Sichbedanken + Sichfreuen	7,26		23,88	
Zustimmen + A-Erklären	13,71		14,93	

Im ANNAHME-Bereich ist in beiden Beziehungskonstellationen eine erkennbare Vorliebe seitens der weiblichen Probanden für kombinierte Strategien zu verzeichnen (vgl. Tabelle 70). Die beliebteste Kombination beider Geschlechter ist „Sichbedanken“ + „A-Erklären“. Die weiteren Präferenzen für kombinierte Strategien können der obigen Tabelle 68 entnommen werden.

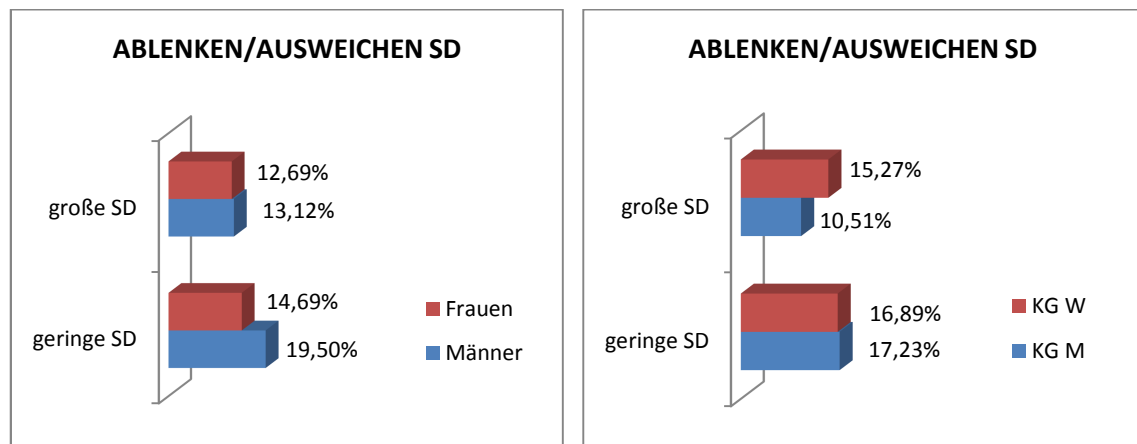


Abb. 55: Distribution der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN im Zusammenhang mit der SD und dem Geschlecht des Komplimentempfängers und -gebers

Während Männer häufiger als Frauen Komplimenten von ihnen nahestehenden Personen ausweichen, ist der Unterschied zwischen den beiden Geschlechtern bei einer großen sozialen Distanz kaum nennenswert (vgl. Abb. 55³²²). Der Abbildung 55 ist außerdem zu entnehmen, dass bei einer großen SD weibliche Komplimentgeber mehr als männliche den Gebrauch von AUSWEICHSTRATEGIEN auslösen. Ein großer Unterschied bezüglich der sozialen Distanz ist beim Einsatz der Strategie „Ausweichen-Erklären“ zu sehen, die bei einer geringen sozialen Distanz viel häufiger als bei einer großen vorkommt, und zwar häufiger unter den Männern als unter den Frauen. In den Situationen mit einer großen sozialen Distanz entscheiden sich beide Geschlechter gleich häufig für diese Strategie. Humorvolle Komplimenterwiderungen finden

³²² Der Prozentwert der horizontalen Achse in beiden Diagrammen beträgt 40%.

bei einer geringen SD häufiger als bei einer großen Verwendung. Es ist zudem auffällig, dass Scherze eine männertypische Strategie sind. Eine große soziale Distanz zwischen den Interaktanten ist der Auslöser für mehr Angebote, die häufiger von den männlichen als von den weiblichen Probanden ausgehen, vor allem dann, wenn der Komplimentgeber weiblich ist. Hinsichtlich der Strategie „Bestätigung suchen“ sind keine geschlechtsspezifischen Besonderheiten im Zusammenhang mit der SD zu verzeichnen. Während die weiblichen Probanden die Strategie „Zweifeln“ fast gleich häufig bei einer geringen und einer großen SD einsetzen, zweifeln Männer Komplimente überwiegend im Zusammenhang mit einer großen Distanz an. Bei der geringen SD sind die männlichen Komplimentgeber häufiger Auslöser von Zweifelsäußerungen, bei der großen SD hingegen sind es die weiblichen.

Tabelle 69: Distribution der häufigsten kombinierten AUSWEICHSTRATEGIEN im Zusammenhang mit der sozialen Distanz und dem Geschlecht des Komplimentempfängers

KOMBINATIONEN K2	geringe soziale Distanz (-SD)		große soziale Distanz (+SD)	
	Männer %	Frauen %	Männer %	Frauen %
Sichbedanken + Herabsetzen	18,18	22,22	8,70	12,12
Bestätigung suchen + Sichbedanken	4,55	11,11	21,74	15,15
Sichbedanken + ABL-Erklären	4,55	11,11	4,35	0
Zustimmen + Herabsetzen	22,73	0	0	3,03
Zustimmen + ABL-Erklären	4,55	14,81	0	0
Zweifeln + Sichbedanken	0	0	13,04	9,09
Bestätigung suchen + Zweifeln	0	0	13,04	3,03

Männer greifen gleich häufig nach kombinierten AUSWEICHSTRATEGIEN, unabhängig davon, ob zwischen den Interaktionspartnern eine geringe oder große soziale Distanz vorhanden ist, während bei den Frauen eine leichte Tendenz für ihren häufigeren Gebrauch in den Situationen mit einer großen sozialen Distanz zu finden ist. Die präferierten männlichen Kombinationen bei einer geringen SD sind die Zustimmung oder der Dank in Kombination mit der Strategie „Herabsetzen“, während Frauen zusätzlich zu der letzteren Kombination noch die Zustimmung oder den Dank in Kombination mit der Strategie „ABL-Erklären“ wählen. In den Situationen mit einer großen SD entscheiden sich beide Geschlechter am häufigsten für die Strategiekombination „Bestätigung suchen“ + „Sichbedanken“. Weitere Kombinationen sind in der obigen Tabelle 69 zu finden.

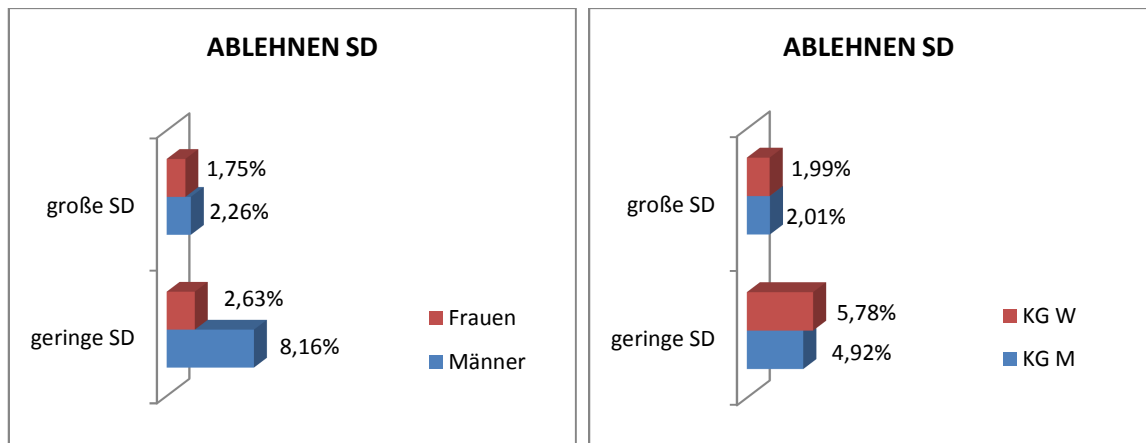


Abb. 56: Distribution der Hauptstrategie ABLEHNEN im Zusammenhang mit der SD und dem Geschlecht des Komplimentempfängers und -gebers

Die geringe soziale Distanz erweist sich als ein besserer Prädiktor für Komplimentablehnungen, besonders unter den männlichen Probanden (vgl. Abb. 56³²³). Auch bei der großen SD lehnen die Männer mehr als die Frauen Komplimente ab. Bei einer geringen SD ist hinsichtlich der Hauptstrategie ABLEHNEN eine leichte Präferenz für weibliche Komplimentgeber zu verzeichnen.

Die beliebteste Strategie im ABLEHNUNGS-Bereich „Herabsetzen“ kommt bei einer geringen SD viermal häufiger unter den Männern als unter den Frauen vor, bei einer großen SD sind es erneut die Männer, die sich dieser Strategie häufiger als die Frauen bedienen. Sowohl in Verbindung mit einer geringen als auch mit einer großen SD sind weibliche Komplimentgeber die besseren Prädiktoren für den Einsatz der Strategie „Herabsetzen“. Die direkte Nichtzustimmung wird ausschließlich von den Männern in den Situationen mit einer geringen SD verwendet, wenn die Komplimentgeber ebenfalls männlich sind. In den Situationen mit einer großen SD kommt die Strategie „ABL-Erklären“ unter den weiblichen Probanden überhaupt nicht und unter den männlichen sehr selten vor. Umso höher ist ihr Einsatz im Zusammenhang mit einer geringen sozialen Distanz, und zwar mehr als doppelt so häufig in der männlichen wie in der weiblichen Probandengruppe. Die Strategie „Verlegenheit ausdrücken“ wurde ein einziges Mal von einer Frau gegenüber einem Mann in Verbindung mit einer großen SD eingesetzt. Die kombinierten ABLEHNUNGSSTRATEGIEN werden vermehrt gegenüber Personen eingesetzt, denen man nahesteht. In den Situationen mit einer großen sozialen Distanz kommen sie nur bei den weiblichen Probanden vor.

³²³ Die vertikale Achse wurde zwecks der besseren Übersichtlichkeit in beiden Diagrammen auf 20% festgelegt.

Die Strategie „Ignorieren“ ist ausschließlich im Zusammenhang mit einer großen sozialen Distanz zu beobachten. Zudem ist ihr Einsatz unter den männlichen Probanden höher als unter den weiblichen. Männliche Komplimentgeber erweisen sich auch als bessere Prädiktoren für den Einsatz dieser Strategie bei einer großen sozialen Distanz zwischen den Interaktanten.

Tabelle 70: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien im Zusammenhang mit der sozialen Distanz und dem Geschlecht des Komplimentempfängers und -gebers

KOMPLIMENTERWIDERUNGS- STRATEGIEN	Geringe SD (-SD)		Große SD (+SD)		Geringe SD (-SD)		Große SD (+SD)	
	Männer	Frauen	Männer	Frauen	KG M	KG W	KG M	KG W
	%	%	%	%	%	%	%	%
1. Zustimmung	12,70	11,62	5,20	2,84	12,30	12	5,15	2,88
2. Sichbedanken	19,95	17,11	17,19	20,79	17,90	19,11	18,79	19,25
3. Sichfreuen	3,63	5,48	2,71	1,97	6,04	3,11	2,24	2,43
4. Zurückgeben	1,36	0,66	3,85	2,63	0,67	1,33	3,36	3,10
5. Aufmuntern/Ermutigen	0	0,44	0,45	0,44	0,45	0	0,89	0
6. A-Erklären	5,22	2,85	6,79	2,41	4,03	4,00	5,37	3,76
Kombinationen K1	28,12	44,08	33,26	44,42	35,35	37,11	37,36	40,49
ANNEHMEN	70,98	82,24	69,46	75,49	76,73	76,67	73,15	71,90
7. Anbieten	1,13	0,44	1,81	1,09	0,45	1,11	1,12	1,77
8. Scherzen	3,85	0,66	1,58	0,22	2,24	2,22	0,45	1,33
9. Bestätigung suchen	0,68	0,66	0,68	0,66	0,22	1,11	0,45	0,88
10. Zweifeln	0,45	1,32	1,58	1,75	1,34	0,44	0,89	2,43
11. Ablenken	0,45	0,66	0,45	0	0,67	0,44	0,22	0,22
12. Ausweichen-Erklären	7,71	5,04	1,81	1,75	7,38	5,33	1,79	1,77
Kombinationen K2	5,22	5,92	5,20	7,22	4,92	6,22	5,59	6,86
ABLENKEN/AUSWEICHEN	19,50	14,69	13,12	12,69	17,23	16,89	10,51	15,27
13. Nichtzustimmen	0,91	0	0	0	0,89	0	0	0
14. Herabsetzen	3,63	0,88	1,81	1,09	1,79	2,67	1,12	1,77
15. Verlegenheit ausdrücken	0	0	0	0,22	0	0	0,22	0
16. ABL-Erklären	2,95	1,32	0,45	0	1,79	2,44	0,45	0
Kombinationen K3	0,68	0,44	0	0,44	0,45	0,67	0,22	0,22
ABLEHNEN	8,16	2,63	2,26	1,75	4,92	5,78	2,01	1,99
Ignorieren	0	0	14,93	9,85	0	0	14,09	10,62
Andere Interpretationen	1,36	0,44	0,23	0,22	1,12	0,67	0,22	0,22

7.5.4 Geschlechtsspezifische Unterschiede im Bulgarischen

Im Folgenden wird auf das geschlechtsspezifische Komplimenterwiderungsverhalten im bulgarischen Datenkorpus eingegangen, indem sowohl das Geschlecht des Komplimentempfängers als auch das des Komplimentgebers berücksichtigt wird, wobei der Schwerpunkt auf dem Geschlecht des Komplimentempfängers liegt.³²⁴ Die Analyse der bulgarischen Daten beruht auf 928 Komplimenterwiderungen, 458 davon von männlichen sowie 470 von weiblichen Probanden. Es wurden 80 Fragebögen von Frauen und 80 von Männern ausgewertet, dies entspricht bei sechs Komplimenterwiderungssituationen 480 Komplimenterwiderungen pro Geschlecht. Die Unterschiede in der Anzahl der gewonnenen und erwarteten Komplimenterwiderungen in beiden Gruppen ergeben sich aus der angebotenen Möglichkeit, anstatt auf das Kompliment zu antworten einen Kommentar aufzuschreiben. Aus den bulgarischen Daten ist zunächst ersichtlich, dass die bulgarischen Männer 22 Mal die Möglichkeit des *opting out* genutzt haben (4,58%), im Unterschied zu den Frauen, die dies lediglich 8 Mal getan haben (1,67%)³²⁵. In Situation 4 kamen die meisten männlichen Kommentare vor, wie z.B. „Ich werde es nicht glauben, da die Lehrenden gern scherzen.“, „Weil wenn ich etwas sage, kann es wie Prahlen klingen!“, „Ich vermute, dass ich nichts sagen werde, sondern nur lächeln werde.“ Die Frauen haben am häufigsten bezüglich des Kompliments über das jüngere Aussehen (Situation 5) auf eine Komplimentantwort verzichtet und dafür Kommentare wie die folgenden aufgeschrieben: „Weil es mir wegen des Kompliments unangenehm sein wird.“, „Ich werde lächeln, weil es [das Kompliment, D.D.] mich verlegen machen wird.“

Wie bereits in Kapitel 6.2 erklärt, besteht die bulgarische Probandengruppe aus zwei männlichen (AA³²⁶: Mann – Mann, AB: Mann – Frau) und zwei weiblichen Untergruppen (BB: Frau – Frau, BA: Frau – Mann).

³²⁴ Auf das Geschlecht des Komplimentgebers wird lediglich bei relevanten Ergebnissen Bezug genommen.

³²⁵ Es muss an dieser Stelle angemerkt werden, dass in der männlichen Gruppe auf drei Komplimente sowohl eine Antwort als auch ein Kommentar dazu aufgeschrieben wurde und in drei weiteren Fällen auf beide Alternativen verzichtet wurde; in der weiblichen Gruppe wurde bei zwei Komplimenten weder eine Antwort noch ein Kommentar dazu aufgeschrieben.

³²⁶ Der erste Buchstabe steht für den Komplimentempfänger, der zweite für den Komplimentgeber.

Tabelle 71: Beobachtete Häufigkeiten der Hauptstrategien sowie der Strategie „Ignorieren“ im Bulgarischen unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers

	ANNEHMEN	ABLENKEN/AUSWEICHEN + Ignorieren ³²⁷	ABLEHNEN
MBG	336	103	17
WBG	384	74	11

Ein bei den Daten in Tabelle 71 angewandter Chi-Quadrat-Test zeigte ein signifikantes Ergebnis ($\chi^2=9,06$, $df=2$, $p<0,01$; Cramér's $V=0,09$ ³²⁸). Das signifikante Ergebnis könnte darauf zurückgeführt werden, dass bulgarische Frauen Komplimente häufiger als Männer annehmen (WBG – 81,70%, MBG – 73,36%), oder darauf, dass bulgarische Männer Komplimenten häufiger ausweichen bzw. sie häufiger ignorieren (MBG – 22,49%, WBG – 15,74%). Des Weiteren ist der obigen Tabelle zu entnehmen, dass bulgarische Männer häufiger als Frauen Komplimente ablehnen (MBG – 3,71%, WBG – 2,34%).

Es konnte mittels des berechneten Chi-Quadrat-Tests jedoch kein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Geschlecht des Komplimentgebers und der Distribution der Hauptstrategien festgestellt werden. Daraus lässt sich schließen, dass das Geschlecht des Komplimentgebers keinen Einfluss auf die Distribution der Hauptstrategien im bulgarischen Korpus hat.

Hinsichtlich der einzelnen Unterstrategien kann festgehalten werden, dass die häufigste Komplimenterwiderungsstrategie der männlichen und weiblichen Probanden der Dank ist, der außerdem von beiden Geschlechtern zu gleichen Teilen eingesetzt wird (MBG – 18,78%, WBG – 18,72%)³²⁹. Dabei ist beim Einsatz des Dankes eine leichte Präferenz für weibliche Komplimentgeber zu beobachten (KG WBG – 20,04%, KG MBG – 17,46%). Männer stimmen am zweithäufigsten Komplimenten zu, und zwar doppelt so häufig wie die Frauen (MBG – 8,95%, WBG – 4,26%), die diese Strategie am dritthäufigsten verwenden. Die am zweithäufigsten präferierte weibliche Komplimenterwiderungsstrategie ist der Ausdruck von Freude (WBG – 5,53%, MBG – 3,93%). Die dritthäufigste Strategie für die männlichen Probanden ist „A-Erklären“, der sich die weiblichen Probanden fast zweimal weniger als die männlichen bedienen (MBG – 7,42%, WBG – 3,62%). Gegenkomplimente werden unwesentlich häufiger von den Männern als von den Frauen gemacht (MBG – 3,49%, WBG – 2,77%), unabhängig von dem Geschlecht des Komplimentgebers.

³²⁷ Die Strategie „Ignorieren“ wurde der ähnlichsten Hauptstrategie zugerechnet.

³²⁸ Auch hier weist der berechnete Cramér's V-Wert auf einen geringen Effekt hin.

³²⁹ Vgl. zu den folgenden Ausführungen Anhang III.

In Bezug auf die Kombinationen im ANNAHME-Bereich ist ersichtlich, dass kombinierte Strategien deutlich mehr von den Frauen als von den Männern verwendet werden (WBG – 46,17%, MBG – 30,57%). Die am häufigsten verwendete Kombination beider Geschlechter ist „Sichbedanken“ + „A-Erklären“, gefolgt von „Sichbedanken“ + „Zurückgeben“ (vgl. Tabelle 72). Der Dank in Kombination mit der Äußerung von Freude kommt deutlich häufiger bei den Frauen als bei den Männern zum Einsatz, während die Zustimmung mit einer begleitenden Erklärung mehr von den Männern als von den Frauen bevorzugt wird. An letzter Stelle ist die weibliche Vorliebe für die Kombination „Sichbedanken“ + „Zustimmen“ zu erwähnen, die von den Männern kaum eingesetzt wird.

Tabelle 72: Distribution der häufigsten kombinierten ANNAHMESTRATEGIEN im unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers

KOMBINATIONEN K 1 ³³⁰	MBG		WBG	
		%		%
Sichbedanken + A-Erklären	63	45	83	38,25
Sichbedanken + Zurückgeben	30	21,43	44	20,28
Sichbedanken + Sichfreuen	6	4,29	28	12,90
Zustimmen + A-Erklären	12	8,57	11	5,07
Sichbedanken + Zustimmung	1	0,71	11	5,07
Gesamt	140	100	217	100

Wie das signifikante Chi-Quadrat-Ergebnis gezeigt hat, weichen bulgarische Männer häufiger als ihre weiblichen Pendants den Komplimenten aus bzw. ignorieren sie. Es zeigt sich bezüglich des Gebrauchs der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN eine leichte Präferenz für weibliche Komplimentgeber (KG WBG – 14,66%, KG MBG – 12,50%). Die häufigste AUSWEICHSTRATEGIE ist „Ausweichen-Erklären“, die häufiger von den männlichen als von den weiblichen Probanden eingesetzt wird (MBG – 4,37%, WBG – 2,13%). „Scherzen“ ist im bulgarischen Korpus eine ausschließlich männliche Strategie (2,84%), unabhängig davon, ob das Kompliment von einem Mann oder einer Frau ausgeht. Zudem sind die bulgarischen Männer häufiger als die Frauen dazu geneigt, ein Angebot als Komplimentantwort zu tätigen (MBG – 2,62%, WBG – 1,28%), vor allem dann, wenn das Kompliment von einer Frau kommt (KG WBG – 2,59%, KG MBG – 1,29%). Die restlichen AUSWEICHSTRATEGIEN finden relativ selten Gebrauch.

Die kombinierten Strategien im mittleren Bereich werden unwesentlich mehr von den weiblichen als von den männlichen Probanden eingesetzt (WBG – 5,96%, MBG – 4,59%). Die

³³⁰ In der Tabelle sind nur die fünf am häufigsten eingesetzten Kombinationen im ANNAHME-Bereich dargestellt. Insgesamt haben die bulgarischen Männer 21 Kombinationen eingesetzt, die bulgarischen Frauen 23.

häufigste Kombination bei beiden Geschlechtern ist „Sichbedanken“ + „Herabsetzen“, gefolgt von der Kombination „Bestätigung suchen“ + „Sichbedanken“. Die anderen AUSWEICH-Kombinationen können der nachfolgenden Tabelle 73 entnommen werden.

Tabelle 73: Distribution der häufigsten kombinierten AUSWEICHSTRATEGIEN im Bulgarischen unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers

KOMBINATIONEN K 2	MBG		WBG	
		%		%
Sichbedanken + Herabsetzen	6	30	8	28,57
Zustimmen + Herabsetzen	4	20	0	0
Bestätigung suchen + Sichbedanken	2	10	3	10,71
Bestätigung suchen + Zweifeln	3	15	1	3,57
Gesamt	20	100	28	100

Komplimente werden, wie oben erwähnt, häufiger von den bulgarischen Männern als von den Frauen abgelehnt. In Bezug auf den Komplimentgeber verhält es sich wie im ANNAHME-Bereich: Es besteht kein nennenswerter geschlechtsspezifischer Unterschied hinsichtlich des ABLEHNENS. Es fällt aber auf, dass in den gleichgeschlechtlichen Probandengruppen mehr als in den gegengeschlechtlichen abgelehnt wird (AA – 4,31% vs. AB – 3,10%, BB – 3,36% vs. BA – 1,29%). Wenn Komplimente im Bulgarischen abgelehnt werden, dann geschieht dies meistens durch die Strategie „Herabsetzen“ (MBG – 2,62%, WBG – 1,49%). Eine direkte Nichtzustimmung zum Kompliment ist nur in der gleichgeschlechtlichen männlichen Gruppe zu finden (AA – 1,29%). Eine Erklärung als Ablehnung des Kompliments setzen beide Geschlechter gleich häufig ein (MBG – 0,44%, WBG – 0,43%), Kombinationen von ABLEHNUNGSSTRATEGIEN kommen nur bei den weiblichen Probanden vor.

Hinsichtlich des Ignorierens eines Kompliments ist zu ersehen, dass die bulgarischen Männer häufiger als die bulgarischen Frauen dazu neigen, Komplimente zu ignorieren (MBG – 6,33%, WBG – 4,68%). Zudem scheinen männliche Komplimentgeber mehr als weibliche das Ignorieren der Komplimente zu bewirken (KG MBG – 6,90%, KG WBG – 4,09%).

7.5.5 Geschlechtsspezifische Unterschiede im Deutschen

Die deutsche Probandengruppe besteht ebenfalls aus den vier bereits unter vorigem Punkt genannten Untergruppen. Die Analyse beruht hier auf 868 Komplimentantworten, 425 von männlichen und 443 von weiblichen Probanden. Die deutschen Männer haben 51 Mal (10,63%) auf eine Komplimentantwort verzichtet und einen Kommentar aufgeschrieben, in 4 weiteren Fällen haben sie weder eine Komplimenterwiderung noch einen Kommentar gegeben. Die Frauen haben 36 Mal (7,50%) die *opting out*-Möglichkeit genutzt, wobei sich eine Frau bei einem Kompliment für keine der beiden Alternativen entschieden hat.

Tabelle 74: Beobachtete Häufigkeiten der Hauptstrategien sowie der Strategie "Ignorieren" im Deutschen unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers

	ANNEHMEN	ABLENKEN/AUSWEICHEN + Ignorieren	ABLEHNEN
MD	284	107	29
WD	336	96	9

Die Berechnung des Chi-Quadrat-Werts bei den Daten in Tabelle 74 ergab ebenso wie in der bulgarischen Gruppe ein signifikantes Ergebnis ($\chi^2=14,98$, $df=2$, $p<0,001$; Cramér's $V=0,13$). Dieses könnte daran liegen, dass deutsche Frauen Komplimente häufiger als Männer annehmen (WD – 75,85%, MD – 66,82%) oder daran, dass deutsche Männer Komplimente häufiger ablehnen. Die männlichen deutschen Probanden machen häufiger als die weiblichen auch von der Strategie ABLENKEN/AUSWEICHEN (inklusive der Strategie „Ignorieren“) Gebrauch. Der Chi-Quadrat-Test in Bezug auf geschlechtsspezifische Differenzen in der Verteilung der Hauptstrategien im Zusammenhang mit dem Geschlecht des Komplimentgebers zeigte ebenso wie bei den bulgarischen Probanden keine signifikanten Ergebnisse.

Auch in Bezug auf die häufigste Strategie zeigen die deutschen Probanden Ähnlichkeit mit den bulgarischen Probanden (vgl. zu den folgenden Ausführungen Anhang III). Es zeigt sich, dass sowohl die deutschen Frauen als auch die deutschen Männer sich am häufigsten für die erhaltenen Komplimente bedanken (WD – 19,19%, MD – 18,35%). Die zweithäufigste Strategie beider Geschlechter ist die Zustimmung (WD – 10,38%, MD – 8,94%). Frauen und Männer drücken fast zu gleichen Teilen ihre Freude über die Komplimente aus (MD – 2,35%, WD – 1,81%). Interessant ist aber, dass die Probanden bei männlichen Komplimentgebern häufiger als bei weiblichen ihre Freude über die Komplimente äußern (KG MD – 3,02%, KG WD – 1,14%). Die Strategie „A-Erklären“ ist die dritthäufigste für die Männer und die vierthäufigste für die Frauen. Es zeigt sich, dass Erklärungen als Komplimentannahme häufiger von den Männern als von den Frauen gegeben werden (MD – 4,47%, WD – 1,58%). Gegenkomplimente machen die männlichen Probanden ebenfalls häufiger als die weiblichen (MD – 1,65%, WD – 0,45%). Die Strategie „Aufmuntern/Ermutigen“ wird von beiden Geschlechtern sehr selten eingesetzt.

Die weiblichen Probanden neigen häufiger als die männlichen dazu, kombinierte ANNAHMESTRATEGIEN anzuwenden (WD – 42,21%, MD – 30,82%). Die Präferenzreihenfolge für die am häufigsten eingesetzten Kombinationen stimmt mit der in der bulgarischen Gruppe überein (vgl. Tabelle 75). Die sowohl von den männlichen als auch von den weiblichen deutschen Probanden am meisten präferierte Kombination ist „Sichbedanken“ + „A-Erklären“,

gefolgt von der Kombination „Sichbedanken“ + „Zurückgeben“ bei den Männern und der Kombination „Sichbedanken“ + „Sichfreuen“ bei den Frauen.

Tabelle 75: Distribution der häufigsten kombinierten ANNAHMESTRATEGIEN im Deutschen unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers

KOMBINATIONEN K 1 ³³¹	MD		WD	
		%		%
Sichbedanken + A-Erklären	41	31,30	51	27,27
Sichbedanken + Zurückgeben	20	15,27	21	11,23
Sichbedanken + Sichfreuen	10	7,63	35	18,27
Zustimmen + A-Erklären	17	12,9	34	18,18
Sichbedanken + Zustimmung	6	4,58	7	3,74
Gesamt	131	100	187	100

Deutsche Frauen und deutsche Männer bedienen sich gleich häufig der Strategien im AUSWEICH-Bereich (MD – 16,47%, WD – 16,48%), jedoch ist eine leichte Präferenz für weibliche Komplimentgeber zu sehen, wenn den Komplimenten ausgewichen wird (KG WD – 17,58%, KG MD – 15,35%). Zudem weichen deutsche Frauen untereinander am meisten den Komplimenten aus (BB – 18,67%). Die beliebteste AUSWEICHSTRATEGIE beider Geschlechter ist „Ausweichen-Erklären“ (MD – 5,18%, WD – 4,74%). Wie bei den bulgarischen Probanden wird auch hier die Strategie „Scherzen“ eher von den männlichen Probanden bevorzugt (MD – 2,59%, WD – 0,90%). Während deutsche Männer häufiger über Komplimente scherzen, ist für die deutschen Frauen „Zweifeln“ die zweithäufigste Strategie (WD – 2,26%, MD – 0,94%). Hinsichtlich der restlichen AUSWEICHSTRATEGIEN sind keine nennenswerten Besonderheiten zu verzeichnen.

Tabelle 76: Distribution der häufigsten kombinierten AUSWEICHSTRATEGIEN im Deutschen unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers

KOMBINATIONEN K 2	MD		WD	
		%		%
Bestätigung suchen + Sichbedanken	4	16	5	15,63
Zustimmen + ABL-Erklären	1	4	4	12,50
Bestätigung suchen + Zweifeln	2	8	2	6,25
Sichbedanken + ABL-Erklären	2	8	3	9,38
Gesamt	25	100	32	100

Die deutschen Frauen wenden häufiger als die Männer kombinierte AUSWEICHSTRATEGIEN an (WD – 7,22%, MD – 5,88%). Die beliebteste Kombination bei beiden Geschlechtern ist „Bestätigung suchen“ + „Sichbedanken“. Es fällt auf, dass während die bulgarischen Probanden

³³¹ In der männlichen deutschen Probandengruppe kommen 19 Kombinationen im ANNAHME-Bereich vor, in der weiblichen 22, in der Tabelle ist eine Auswahl der häufigsten Kombinationen zu finden.

den Dank und die Zustimmung mit der Strategie „Herabsetzen“ kombinieren (vgl. Kap. 7.5.4), die deutschen Probanden als zweite Strategie in ihren Kombinationen die Strategie „ABL-Erklären“ wählen. Die häufigsten Kombinationen sind der obigen Tabelle 76 zu entnehmen.

Was die Hauptstrategie ABLEHNEN betrifft, so bedienen sich die deutschen Männer häufiger als die Frauen dieser Strategie (MD – 6,82%, WD – 2,03%). Beide Geschlechter lehnen Komplimente am häufigsten mit einer Erklärung ab (MD – 3,06%, WD – 0,90%). Am zweithäufigsten kommt die Strategie „Herabsetzen“ vor, vor allem unter den männlichen Probanden (MD – 2,82%, WD – 0,45%). Auch in Bezug auf die Kombinationen sind es die männlichen Probanden, die sich dieser mehr als die weiblichen bedienen (MD – 0,71%, WD – 0,45%). Ebenso wie im bulgarischen Datenkorpus wird hier die Strategie „Ignorieren“ häufiger von den Männern als von den Frauen verwendet (MD – 8,19%, WD – 5,19%).

7.5.6 Geschlechtsspezifische Unterschiede im Vergleich

In den vorigen Kapiteln wurde die Häufigkeitsverteilung der eingesetzten Komplimenterwiderungsstrategien unter Berücksichtigung der Wechselwirkung zwischen dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und den drei Komplimentthemen, dem Status sowie der sozialen Distanz präsentiert. Ferner wurde das geschlechtsspezifische Komplimenterwiderungsverhalten in den beiden untersuchten Sprachgemeinschaften analysiert. In diesem Kapitel erfolgt deshalb lediglich eine geschlechterdifferenzierte sprachübergreifende Darstellung der Vorkommenshäufigkeit und der Distribution der eingesetzten Komplimenterwiderungsstrategien, um die Präferenzen der Männer und Frauen für bestimmte Strategien aufdecken zu können. Dabei liegt der Schwerpunkt der Analyse erneut auf dem Geschlecht des Komplimentempfängers.

Tabelle 77: Beobachtete Häufigkeiten der Hauptstrategien sowie der Strategie „Ignorieren“ unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers

	ANNEHMEN	ABLENKEN/AUSWEICHEN + Ignorieren	ABLEHNEN
Männer	620	210	46
Frauen	720	170	20

Sowohl Männer als auch Frauen nehmen Komplimente am häufigsten an (vgl. Tabelle 78). Die Berechnung des Chi-Quadrat-Tests bei den Daten in Tabelle 77 ergab einen signifikanten Wert ($\chi^2=21,28$, $df=2$, $p<0,001$; Cramér's $V=0,10^{332}$). Dieser weist darauf hin, dass sich das Geschlecht

³³² Die Berechnung nach Cramér's V weist auf einen eher geringen Effekt hin.

des Komplimentempfängers zweifellos auf die Distribution der Hauptstrategien und der Strategie „Ignorieren“ auswirkt. Die Signifikanz des Chi-Quadrat-Tests könnte daraus resultieren, dass Frauen Komplimente häufiger als Männer annehmen, oder daraus, dass Männer Komplimente häufiger als Frauen ablehnen oder ihnen ausweichen bzw. sie häufiger ignorieren. Die nicht signifikanten Chi-Quadrat-Werte, die im Zusammenhang mit dem Geschlecht des Komplimentgebers³³³ berechnet wurden, zeigen jedoch, dass das Geschlecht des Komplimentgebers bei der Verteilung der Hauptstrategien, inklusive der Strategie „Ignorieren“ keine Rolle spielt.

Männer und Frauen bedanken sich am häufigsten für Komplimente und stimmen den Komplimenten am zweithäufigsten zu (vgl. zu den folgenden Ausführungen Tabelle 78). Auffällig bei der Distribution der einzelnen Strategien ist, dass die dritthäufigste Strategie unter den männlichen und weiblichen Probanden „Ignorieren“ ist, wobei Männer Komplimente häufiger als Frauen ignorieren, vor allem dann, wenn sie diese von anderen Männern erhalten. Frauen äußern häufiger Freude über Komplimente als Männer. Der frequente Einsatz der Äußerung von Freude seitens der weiblichen Probanden wird vor allem in der Kombination der Strategie „Sichfreuen“ mit einem Dank deutlich (W – 15,59%, M – 5,90%). Männliche Komplimentgeber scheinen den Ausdruck von Freude über das Kompliment mehr als weibliche auszulösen. Aus Tabelle 78 geht außerdem hervor, dass Männer häufiger als Frauen dazu neigen, Gegenkomplimente als Komplimentantwort einzusetzen. Auch in Kombination mit einem Dank sind Gegenkomplimente vermehrt unter den männlichen Probanden zu finden (M – 18,45%, W – 16,09%). Erklärungen als Komplimentannahme sind eine vorwiegend männereigene Strategie, die zudem unwesentlich häufiger gegenüber männlichen als gegenüber weiblichen Komplimentgebern eingesetzt wird. Zu erwähnen wäre noch die Strategie „Aufmuntern/Ermutigen“, die sehr selten und ausschließlich gegenüber männlichen Komplimentgebern vorkommt. Darüber hinaus ist anzumerken, dass Frauen häufiger als Männer kombinierte ANNAHMESTRATEGIEN verwenden.³³⁴

Es kann also zusammenfassend festgehalten werden, dass im ANNAHME-Bereich keine großen Auffälligkeiten hinsichtlich des geschlechtsspezifischen Komplimenterwiderungsverhaltens festgestellt werden konnten. Als „männertypisch“ kann für beide Sprachgemeinschaften

³³³ Die Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentgebers kann der Tabelle 78 entnommen werden. Auf die Ergebnisse wird nur eingegangen, wenn sie von besonderer Relevanz sind.

³³⁴ Da in den zwei vorigen Kapiteln auf die Präferenz der jeweiligen Sprachgemeinschaft für kombinierte Strategien eingegangen wurde, wird hier darauf verzichtet.

eindeutig die Strategie „A-Erklären“ gelten. Die Strategie „Zurückgeben“ wurde zwar auch häufiger von den Männern gebraucht, jedoch sind die Unterschiede nicht so gravierend. Keine der ANNAHMESTRATEGIEN konnte eindeutig als „frauentypisch“ identifiziert werden.

Männer neigen häufiger als Frauen dazu, Komplimenten auszuweichen, wobei weibliche Komplimentgeber häufiger als männliche das den Komplimenten AUSWEICHEN bewirken. Die häufigste Strategie im Kompromissbereich ist „Ausweichen-Erklären“, die sowohl von den männlichen Probanden als auch ihnen gegenüber präferiert eingesetzt wird. Auch „Scherzen“ und „Anbieten“ sind Strategien, die den männlichen Probanden zu eigen sind, wobei die Differenz zwischen den Männern und Frauen beim Einsatz der zweiten Strategie nicht so bedeutend ist. Beide AUSWEICHSTRATEGIEN werden vermehrt gegenüber Frauen eingesetzt. Hinsichtlich der restlichen AUSWEICHSTRATEGIEN sind keine geschlechtsspezifischen Besonderheiten zu verzeichnen, ihre Distribution kann der Tabelle 78 entnommen werden.

Auch im AUSWEICH-Bereich sind es erneut die Frauen, die sich häufiger als die Männer der kombinierten Strategien bedienen. Es lässt sich für den Kompromissbereich festhalten, dass „Scherzen“ eine typische männliche Strategie ist. Die Strategien „Anbieten“ sowie „Ausweichen-Erklären“ werden ebenso häufiger von den männlichen Probanden präferiert. Lediglich die Strategie „Zweifeln“ sowie die kombinierten Strategien kommen unter den weiblichen Probanden häufiger zum Einsatz.

Komplimente werden mehr als doppelt so häufig von den Männern wie von den Frauen abgelehnt. Insgesamt kann für den ABLEHNUNGs-Bereich eine männliche Dominanz verzeichnet werden. Sowohl die Unterstrategie „Herabsetzen“ als auch „ABL-Erklären“ sind für die männlichen Probanden charakteristisch. Zudem wird die Strategie „Nichtzustimmen“ ausschließlich von den Männern angewandt.

Tabelle 78: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien bei Männern und Frauen unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers und -gebers

KOMPLIMENTERWIDERUNGSSTRATEGIEN	Männer (M)		Frauen (W)		KG männlich (KG M)		KG weiblich (KG W)	
		%		%		%		%
1. Zustimmung	79	8,95	66	7,23	78	8,72	67	7,43
2. Sichbedanken	164	18,57	173	18,95	164	18,34	173	19,18
3. Sichfreuen	28	3,17	34	3,72	37	4,14	25	2,77
4. Zurückgeben	23	2,60	15	1,64	18	2,01	20	2,22
5. Aufmuntern/Ermutigen	2	0,23	4	0,44	6	0,67	0	0
6. A-Erklären	53	6	24	2,63	42	4,70	35	3,88
Kombinationen K1	271	30,69	404	44,25	325	36,35	350	38,80
ANNEHMEN	620	70,22	720	78,86	670	74,94	670	74,28
7. Anbieten	13	1,47	7	0,77	7	0,78	13	1,44
8. Scherzen	24	2,72	4	0,44	12	1,34	16	1,77
9. Bestätigung suchen	6	0,68	6	0,66	3	0,34	9	1
10. Zweifeln	9	1,02	14	1,53	10	1,12	13	1,44
11. Ablenken	4	0,45	3	0,33	4	0,45	3	0,33
12. Ausweichen-Erklären	42	4,76	31	3,40	41	4,59	32	3,55
Kombinationen K2	46	5,21	60	6,57	47	5,26	59	6,54
AUSWEICHEN/ABLENKEN	144	16,31	125	13,69	124	13,87	145	16,08
13. Nichtzustimmen	4	0,45	0	0	4	0,45	0	0
14. Herabsetzen	24	2,72	9	0,99	13	1,45	20	2,22
15. Verlegenheit ausdrücken	0	0	1	0,11	1	0,11	0	0
16. ABL-Erklären	15	1,70	6	0,66	10	1,12	11	1,22
Kombinationen K3	3	0,34	4	0,44	3	0,34	4	0,44
ABLEHNEN	46	5,21	20	2,19	31	3,47	35	3,88
17. Ignorieren	66	7,47	45	4,93	63	7,05	48	5,32
18. Andere Interpretationen	7	0,79	3	0,33	6	0,67	4	0,44
TOTAL	883	100	913	100	894	100	902	100

7.6 Komplimenterwiderungsstrategien im Bulgarischen und Deutschen

Dieses Kapitel befasst sich mit dem Komplimenterwiderungsverhalten im Bulgarischen und Deutschen mit dem Ziel, die Parallelen und die Unterschiede zwischen beiden Sprachgemeinschaften aufzudecken. In den vorigen Kapiteln wurden in der Analyse einige Faktoren berücksichtigt, die einen Einfluss auf die Komplimentantworten ausüben können, deshalb erfolgt im Folgenden lediglich die allgemeine kontrastive Darstellung der Distribution und der Häufigkeit der Komplimenterwiderungsstrategien im Bulgarischen und Deutschen.

Wie aus den vorherigen Kapiteln deutlich geworden ist, werden Komplimente sowohl von den deutschen als auch von den bulgarischen Probanden am häufigsten angenommen, wobei der höhere Einsatz der Hauptstrategie ANNEHMEN in der bulgarischen Gruppe zu verzeichnen ist³³⁵ (BG – 77,59%, davon 38,47% als Kombinationen³³⁶; D – 71,43%, davon 36,64% als Kombinationen).

Tabelle 79: Beobachtete Häufigkeiten der drei Hauptstrategien sowie der Strategie „Ignorieren“ im Bulgarischen und Deutschen

	ANNEHMEN	ABLENKEN/AUSWEICHEN + Ignorieren	ABLEHNEN
BG	720	177	28
D	620	203	38

Der bei den Daten in Tabelle 79 angewandte Chi-Quadrat-Test bezüglich der Unterschiede in der Distribution der drei Hauptstrategien ANNEHMEN, ABLENKEN/AUSWEICHEN³³⁷ und ABLEHNEN in beiden Sprachgemeinschaften zeigte ein signifikantes Ergebnis ($\chi^2=8,47$, $df=2$, $p<0,01$; Cramér's $V=0,06$ ³³⁸). Dieses Ergebnis könnte daran liegen, dass die bulgarischen Probanden Komplimente häufiger als die deutschen annehmen, oder daran, dass die deutschen Probanden Komplimente häufiger ablehnen oder ihnen häufiger ausweichen bzw. sie ignorieren.

³³⁵ Zu dem Ergebnis, dass Bulgaren Komplimente am häufigsten annehmen, kommt auch Yakimova (2009).

³³⁶ Bei den Kombinationen handelt es sich meist um Kombinationen innerhalb der jeweiligen Hauptstrategie. Jedoch kamen vereinzelt auch Kombinationen unter Strategien vor, die nicht zu derselben Hauptstrategie gehörten.

³³⁷ Die Strategie „Ignorieren“ wurde hier mitgerechnet.

³³⁸ Die Berechnung nach Cramér's V deutet auf einen geringen Effekt hin.

Die Komplimentannahme erfolgt in beiden Sprachgemeinschaften am häufigsten mit einem Dank, gefolgt von der Zustimmung zum Kompliment. Die Verteilung der restlichen Komplimententerwiderungsstrategien in beiden Sprachgemeinschaften ist der Tabelle 82 zu entnehmen. Nennenswerte Differenzen in der Distribution der einzelnen ANNAHMESTRATEGIEN ergaben sich in Bezug auf die Strategien „Sichfreuen“, „Zurückgeben“ und „A-Erklären“, die in den bulgarischen Daten häufiger als in den deutschen vorkommen. Dafür stimmen deutsche Probanden den Komplimenten häufiger als bulgarische zu.

Aus Tabelle 80 wird deutlich, dass die häufigste ANNAHME-Kombination in beiden Sprachgemeinschaften die gleiche ist, die Reihenfolge der restlichen Kombinationen sich in den Probandengruppen jedoch unterscheidet.

Tabelle 80: Distribution der häufigsten ANNAHME-Kombinationen im Bulgarischen und Deutschen

KOMBINATIONEN K 1	Alle BG		KOMBINATIONEN K 1	Alle D	
		%			%
Sichbedanken + A-Erklären	146	40,90	Sichbedanken + A-Erklären	92	28,93
Sichbedanken + Zurückgeben	74	20,73	Zustimmen + A-Erklären	51	16,04
Sichbedanken + Sichfreuen	34	9,52	Sichbedanken + Sichfreuen	45	14,15
Zustimmen + A-Erklären	23	6,44	Sichbedanken + Zurückgeben	41	12,89
Gesamt	357	100	Gesamt	318	100

Der Strategien im AUSWEICH-Bereich bedienen sich häufiger die deutschen als die bulgarischen Probanden (vgl. zu den folgenden Ausführungen Tabelle 82). In diesem Bereich ist die Unterstrategie „Ausweichen-Erklären“ in beiden Gruppen am häufigsten vertreten, allerdings wird sie häufiger von den deutschen Probanden bevorzugt. Die zweithäufigste AUSWEICHSTRATEGIE unter den deutschen Probanden und die dritthäufigste unter den bulgarischen ist „Scherzen“. Auffallend ist der frequente Einsatz der Strategie „Anbieten“ seitens der bulgarischen Probanden im Unterschied zu ihrem Gebrauch unter den deutschen Probanden.

In beiden Sprachgemeinschaften werden unterschiedliche Kombinationen aus dem Kompromissbereich³³⁹ bevorzugt, die in der folgenden Tabelle 81 dargestellt sind.

³³⁹ Es wurde bereits an anderer Stelle erwähnt, dass Kombinationen aus dem ANNAHME- und ABLEHNUNGS-Bereich zu dem mittleren Bereich gerechnet werden, da sie weder dem ersten noch dem letzten Bereich eindeutig zugeordnet werden können.

Tabelle 81: Distribution der häufigsten AUSWEICH-Kombinationen im Bulgarischen und Deutschen

KOMBINATIONEN K 2	Alle BG		KOMBINATIONEN K 2	Alle D	
		%			%
Sichbedanken + Herabsetzen	14	28,57	Bestätigung suchen + Sichbedanken	9	15,79
Bestätigung suchen + Sichbedanken	5	10,20	Zustimmen + ABL-Erklären	5	8,77
Bestätigung suchen + Zweifeln	4	8,16	Sichbedanken + ABL-Erklären	5	8,77
Zustimmen + Herabsetzen	4	8,16	Zweifeln + Sichbedanken	4	7,02
Gesamt	49	100	Gesamt	57	100

Aus den Ergebnissen dieser Arbeit geht hervor, dass im Deutschen Komplimente häufiger als im Bulgarischen abgelehnt werden (vgl. Tabelle 82). Die am häufigsten eingesetzte ABLEHNUNGSSTRATEGIE der bulgarischen Probanden ist „Herabsetzen“, wohingegen die deutschen Probanden an erster Stelle von der Strategie „ABL-Erklären“ Gebrauch machen. Kombinationen aus ABLEHNUNGSSTRATEGIEN sind sehr selten und sind eher in den deutschen Daten zu finden. Darüber hinaus werden Komplimente mehr von den deutschen als von den bulgarischen Probanden ignoriert.

Tabelle 82: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien im Bulgarischen und Deutschen

KOMPLIMENTERWIDERUNGSSTRATEGIEN	BULGAREN		DEUTSCHE	
		%		%
1. Zustimmung	61	6,57	84	9,68
2. Sichbedanken	174	18,75	163	18,78
3. Sichfreuen	44	4,74	18	2,07
4. Zurückgeben	29	3,13	9	1,04
5. Aufmuntern/Ermutigen	4	0,43	2	0,23
6. A-Erklären	51	5,50	26	3,00
Kombinationen K1	357	38,47	318	36,64
ANNEHMEN	720	77,59	620	71,43
7. Anbieten	18	1,94	2	0,23
8. Scherzen	13	1,40	15	1,73
9. Bestätigung suchen	4	0,43	8	0,92
10. Zweifeln	9	0,97	14	1,61
11. Ablenken	3	0,32	4	0,46
12. Ausweichen-Erklären	30	3,23	43	4,95
Kombinationen K2	49	5,28	57	6,57
AUSWEICHEN/ABLENKEN	126	13,58	143	16,47
13. Nichtzustimmen	3	0,32	1	0,12
14. Herabsetzen	19	2,05	14	1,61
15. Verlegenheit ausdrücken	0	0	1	0,12
16. ABL-Erklären	4	0,43	17	1,96
Kombinationen K3	2	0,22	5	0,58
ABLEHNEN	28	3,02	38	4,38
17. Ignorieren	51	5,5	60	6,91
18. Andere Interpretationen	3	0,32	7	0,81
TOTAL	928	100	868	100

8. Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse

In diesem Kapitel werden die wichtigsten Ergebnisse der Arbeit zusammengetragen und im Rahmen eines Vergleichs diskutiert. Das Ziel dieser Arbeit war, zu untersuchen, welche sprachlichen Strategien Bulgaren und Deutsche einsetzen, wenn sie auf Komplimente reagieren. Das Hauptaugenmerk der Untersuchung lag dabei auf der Beschreibung der Distribution sowie der Häufigkeit der eingesetzten Komplimenterwiderungsstrategien in beiden Sprachgemeinschaften, um Gemeinsamkeiten und Unterschiede bei der Realisierung des Sprechaktes „Komplimenterwiderung“ zu entdecken. Ferner wurde der Einsatz der Komplimenterwiderungsstrategien unter Berücksichtigung der drei Komplimentthemen („äußeres Erscheinungsbild“, „Besitz“ und „Leistungen und Fähigkeiten“) sowie des Status und der sozialen Distanz zwischen den Interaktionspartnern beleuchtet. Und nicht zuletzt verfolgte diese Untersuchung das Ziel, die geschlechtsspezifischen Besonderheiten sowohl innerhalb der jeweiligen Sprachgemeinschaft als auch sprachübergreifend aufzuzeigen, indem nicht nur das Geschlecht des Komplimentempfängers, sondern auch jenes des Komplimentgebers berücksichtigt wurde, wobei der Schwerpunkt gleichwohl auf dem Geschlecht des Komplimentempfängers lag. Das geschlechtsspezifische Komplimenterwiderungsverhalten wurde außerdem hinsichtlich des Einflusses der drei Komplimentthemen, des Status und der sozialen Distanz analysiert.

In den meisten Forschungsarbeiten über das Komplimenterwiderungsverhalten konzentriert man sich entweder auf sprachspezifische Vergleiche oder auf geschlechtsspezifische Besonderheiten des Komplimenterwiderungsverhaltens. Dabei wird bei der Mehrheit der Untersuchungen lediglich das Geschlecht des Komplimentempfängers, selten aber das des Komplimentgebers beachtet. Wenig Berücksichtigung findet auch der Einfluss des Status sowie der sozialen Distanz auf die Wahl der Komplimenterwiderungsstrategie. Aus diesem Grund wurde mit dieser Arbeit versucht, diese Forschungslücke zumindest für das Komplimenterwiderungsverhalten im Deutschen und Bulgarischen zu schließen. Darüber hinaus stellt die kontrastive Untersuchung der Komplimenterwiderungsstrategien für das Sprachenpaar Deutsch – Bulgarisch bis dato ein Desiderat dar. An dieser Stelle muss auf folgende Einschränkungen bezüglich der möglichen Generalisierbarkeit der Ergebnisse dieser Arbeit hingewiesen werden: 1) Es muss hier erneut betont werden, dass die Untersuchungsergebnisse wegen der studentischen Probanden keinen Anspruch auf Generalisierbarkeit und Vollständigkeit erheben, sondern lediglich Einblicke in das Komplimenterwiderungsverhalten der Bulgaren und Deutschen aufzeigen, auf die künftige Arbeiten aufbauen können. 2) Der Verfasserin ist außerdem bewusst, dass durch die in dieser

Arbeit angewandte Datensammlungsmethode die Ergebnisse keinen authentischen Sprachgebrauch abbilden, sondern lediglich das Wissen der Probanden darüber darstellen. 3) Die Vergleichbarkeit der hier gewonnenen Daten mit Daten aus anderen Untersuchungen zu Komplimenterwiderungen kann nicht hundertprozentig sein, da sie dadurch erschwert wird, dass in jeder Arbeit andere Klassifikationen für die Zuordnung der gewonnenen Ergebnisse verwendet werden. Im Folgenden werden alle relevanten Ergebnisse beleuchtet.

Da Komplimenterwiderungen reaktive Sprachakte sind, ist bei ihrer Analyse der ihnen vorausgehende initiative Sprechakt von Relevanz. Komplimente zählen nach Brown/Levinson (1987) zu den positiven Höflichkeitsstrategien, weil sie den Wunsch des Komplimentgebers nach Gemeinsamkeiten bezüglich der Werte und Ziele sowie nach Nähe mit dem Komplimentempfänger ausdrücken (vgl. auch Rees-Miller 2011: 2674). Zudem weisen viele Autoren auf die Hauptfunktion der Komplimente hin, Solidarität herzustellen bzw. aufrechtzuerhalten (Holmes 1988; Herbert/Straight 1989; Probst 2003; Grein 2008 u.a.). Ob Komplimente vom Empfänger aber tatsächlich als Solidaritätsangebot wahrgenommen werden oder eher als Bedrohung seines *negative face*³⁴⁰, hängt von vielen Faktoren ab, die bereits mehrfach erwähnt wurden. Die Komplimente in den sechs Situationen des eingesetzten DCT-Fragebogens verfolgten das Ziel, durch die im Kompliment enthaltene positive Bewertung dem Empfänger ein gutes Gefühl zu vermitteln. Aus diesem Grund wurden durch den Pretest alle Komplimente ausgeschlossen, die als unangemessen empfunden wurden. Trotzdem zeigten einige Antworten deutlich, dass einzelne Probanden die Komplimente in einigen Situationen als Bedrohung empfunden haben, worauf später ausführlicher eingegangen wird.

8.1 Komplimenterwiderungsstrategien im Bulgarischen und Deutschen

Die Ergebnisse der Datenauswertung haben gezeigt, dass Komplimente sowohl im Bulgarischen als auch im Deutschen am häufigsten angenommen werden. Der angewandte Chi-Quadrat-Test bezüglich der Unterschiede in der Distribution der drei Hauptstrategien ANNEHMEN, ABLENKEN/AUSWEICHEN³⁴¹ und ABLEHNEN in beiden Sprachgemeinschaften zeigte ein signifikantes Ergebnis. Dieses könnte daran liegen, dass bulgarische Probanden

³⁴⁰ Unangemessene Komplimente können z.B. das *negative face* bedrohen, da sie den Freiraum des Empfängers einschränken (z.B. Komplimente, die Frauen von unbekannten Männern auf der Straße bekommen und die diese eher als Belästigung wahrnehmen).

³⁴¹ Die Strategie „Ignorieren“ wurde hier mitgerechnet.

häufiger als deutsche Komplimente annehmen, oder daran, dass sich ihre deutschen Pendants häufiger für die Hauptstrategien ABLENKEN/AUSWEICHEN (inklusive der Strategie „Ignorieren“) und ABLEHNEN entscheiden. Hinsichtlich der Wahl der häufigsten Hauptstrategie stimmen die Resultate dieser Untersuchung mit jenen von Herbert/Straight (1989) und Nixdorf (2002) überein. Herbert/Straight (1989) kommen zu dem Ergebnis, dass in ihrem Datenkorpus die frequenteste Antwortkategorie ihrer Englisch sprechenden Südafrikaner *Acceptance* ist. Nixdorf (2002: 83) stellt in ihrer Arbeit ebenso fest, dass „ANNEHMEN [...] für die deutschen und russischen Muttersprachler die am stärksten vertretene Superstrategie [ist]“, wobei die russischen Probanden Komplimente ebenso wie die bulgarischen mehr als die deutschen Probanden angenommen haben. Eine höhere Akzeptanz der Komplimente seitens der russischen Muttersprachler im Vergleich zu jener seitens der deutschen bestätigt auch Mironovschi (2009: 129). Es kann also festgehalten werden, dass die ähnlichen Ergebnisse dieser Untersuchung und der Untersuchungen von Nixdorf und Mironovschi auf die Tendenz hindeuten, dass slawische Muttersprachler Komplimente mehr als ihre deutschen Pendants annehmen. Eine mögliche Erklärung für das häufigere ANNEHMEN von Komplimenten seitens der bulgarischen Probanden kann vermutlich mit den langjährigen Beobachtungen der Verfasserin dieser Arbeit in Zusammenhang gebracht werden, dass in Bulgarien viel häufiger als in Deutschland Komplimente anlässlich verschiedener Themen gemacht werden. Aufmerksamkeit in Form von Komplimenten gegenüber anderen zu zeigen, bezüglich der von ihnen neu erworbenen Besitztümer (neue Tasche, neue Schuhe, neue Bekleidung etc.)³⁴² oder hinsichtlich Veränderungen im äußeren Erscheinungsbild (neue Frisur, Gewichtsabnahme³⁴³ etc.), ist für Bulgaren sehr wichtig und zeigt in diesem Punkt Ähnlichkeiten mit der amerikanischen Auffassung von Höflichkeit (vgl. dazu Slate/Schroll-Machl 2009, zit. in Thomas 2011: 210). Da die bulgarische Gesellschaft eher als kollektivistisch gilt, könnte das häufigere

³⁴² Das häufige Komplimentieren von Besitztümern in Bulgarien (vgl. Kap. 4.2.1) resultiert wahrscheinlich aus der Zeit des Kommunismus, in der materielle Güter sehr knapp waren und das Erwerben von neuen Besitztümern als ein besonderes Ereignis betrachtet wurde. Herbert (1991) berichtet Ähnliches über polnische Komplimente und erklärt somit die Fokussierung der Mehrheit der polnischen Komplimente auf Besitztümer. Komplimente über „Neuanschaffungen“ (vgl. dazu Manes 1983: 99) sowie über „Veränderungen des Äußeren“ werden häufig auch stärker als andere erwartet (vgl. Duttlinger 1999: 220). Manes/Wolfson (1981: 130) merken an, dass die Komplimenterwartung bei Neuanschaffungen so groß ist, dass „its absence may be perceived as a sign of disapproval“. In ihrer Wertschätzung von Neuanschaffungen scheinen sich Bulgaren und Amerikanern ähnlich zu sein (vgl. Wolfson 1988).

³⁴³ Laut Grzega (2010: 746) ist die Gewichtsabnahme ein häufiges Komplimentthema in Europa und in den westlichen Ländern, in anderen Kulturen dagegen stellt eher die Gewichtszunahme einen Komplimentanlass dar, z.B. in Kamerun (vgl. Mulo Farenkia 2004), in China (vgl. Brown/Levinson 1987) oder in Afrika (vgl. Al Fasi 2007).

ANNEHMEN seitens der bulgarischen Probanden auch mit einem Merkmal des „horizontalen Kollektivismus“ nach Hofstede/Hofstede (2006) in Zusammenhang gebracht werden, und zwar mit der „Bewahrung der Harmonie in den sozialen Beziehungen“ (Genkova 2012: 153), und somit mit der „positiven Höflichkeit“ (vgl. Brown/Levinson 1987).

Die Tatsache, dass die deutschen und die bulgarischen Probanden Komplimente mit einem sehr hohen Prozentsatz annehmen, deutet außerdem auf die Bevorzugung sowohl der Zustimmung- als auch der Takt- und Anerkennungsmaxime von Leech (1983) bei beiden Gruppen hin, wobei diese Maximen im Bulgarischen anscheinend mehr als im Deutschen beachtet werden. Im Rahmen des Höflichkeitsmodells von Brown/Levinson (1987) kann festgehalten werden, dass die Funktion von Komplimenten, Solidarität herzustellen oder aufrechtzuerhalten sowie dem Adressaten ein positives Gefühl zu verschaffen, durch die frequente Annahme der Komplimente in beiden Sprachgemeinschaften als „positive Höflichkeitsstrategie“ erkannt wird.

Wenn Bulgaren und Deutsche Komplimente annehmen, setzen sie am häufigsten die Strategie „Sichbedanken“ ein.³⁴⁴ Im Zusammenhang mit der idealtypischen Antwort auf ein Kompliment „Danke“ bzw. „Dankeschön“ sind unterschiedliche Ergebnisse vorzufinden, nicht nur in den zahlreichen Untersuchungen zu den verschiedenen Varietäten des Englischen (vgl. hierzu Kap. 4.1), sondern auch in der deutschen Forschungsliteratur zu Komplimenterwiderungen. Während der Dank die am stärksten vertretene ANNAHME-Strategie im deutschen Korpus von Nixdorf (2001: 84) sowie in den deutschen Daten von Mulo Farenkia (2004: 25) und Mironovschi (2009: 128) ist³⁴⁵, fasst Golato (2005: 174) ihre Ergebnisse wie folgt zusammen: „[T]here are no ‚thank you’s‘ in the 62 compliment sequences that make up the current corpus.“ Im deutschen Korpus von Werthwein (2009) nimmt der Dank den zweiten Platz ein. Für das Bulgarische liegen lediglich die Ergebnisse von Yakimova (2009) vor³⁴⁶, die ebenso zu dem Resultat kommt, dass Komplimente im Bulgarischen am häufigsten angenommen werden, und zwar mit einer Dankesformel. Somit entsprechen die Ergebnisse dieser Untersuchung

³⁴⁴ An dieser Stelle muss angemerkt werden, dass die Wahl der häufigsten Komplimenterwiderungsstrategie in den einzelnen Situationen je nach Geschlecht, Sprachgemeinschaft und Komplimentthema variieren kann. Da in der Datenauswertung die Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien in den einzelnen Situationen ausführlich dargestellt wurde, wird hier darauf verzichtet (vgl. dazu Kap. 7.1).

³⁴⁵ *Appreciation tokens* stellen mit 28,92% die größte ANNAHMESTRATEGIE auch im Türkischen (Ruhi 2006: 50) sowie im philippinischen Englisch (Zhang 2013: 13) dar.

³⁴⁶ In den Artikeln von Stoyanova und Slavianova werden keine empirischen Daten aufgeführt, deshalb können nur die Ergebnisse von Yakimova (2009) als Vergleichsbasis für diese Untersuchung dienen.

hinsichtlich der am häufigsten eingesetzten Komplimenterwiderungsstrategie jenen von Mulo Farenkia (2004) und Mironovschi (2009) in Bezug auf das Deutsche³⁴⁷ sowie jenen von Yakimova bezüglich des Bulgarischen.

Im Rahmen der Sprechakttheorie gehört das Danken zu den Performativen und nach seiner illokutiven Funktion zu den Expressiven. Der Dank kann als positive Höflichkeitsstrategie betrachtet werden, zählt laut Pomerantz (1978) aber nicht zu den Selbstlobvermeidungsstrategien. Trotz seines Status als idealtypischer Folgezug auf ein Kompliment und seine positive Auswirkung auf die Beziehungspflege (vgl. Mulo Farenkia 2004: 92) kann der Dank nach kulturell geltenden Konventionen auch als „arrogant“ oder beziehungsstörend³⁴⁸ und somit als Verstoß gegen die Bescheidenheitsmaxime von Leech interpretiert werden (vgl. Günthner 2001: 308). Ruhi (2006) setzt dem entgegen, dass der Dank durchaus als Bescheidenheit gesehen werden kann, wenn man durch seinen Einsatz bezweckt, sich dem Mittelpunkt der Interaktion zu entziehen. Eine Dankesformel ist darüber hinaus eine Routineformel, die laut Coulmas (1981: 147) dazu dient, die Anerkennung, die man durch das Kompliment bekommen hat, zu honorieren, um dadurch zur „Ausbalancierung der Höflichkeitsbeziehung zwischen den Interaktanten“ (ebd.) zu gelangen bzw. das „Schuldverständnis auszugleichen“ (Zborowski 2005: 56) und gleichzeitig für das Fortbestehen der Beziehung zu sorgen. Auch Sosa Mayor (2006: 151) weist auf den ausgleichenden Charakter der Dankesformel hin, die der Sprecher (hier der Komplimentempfänger) aussprechen muss oder will, um das gestörte Gleichgewicht zwischen den Gesprächsteilnehmern wiederherzustellen. Aus dieser Perspektive gesehen, erhöht der Dank den Nutzen für den anderen auf der Kosten-Nutzen-Skala im Sinne der Taktmaxime von Leech (vgl. dazu Kap. 5). Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass das Danken im europäischen Kulturraum auf Grund seiner formelhaften Natur nach einem Kompliment erwartet wird und sein Ausbleiben als unhöflich aufgefasst werden kann. Diese Meinung vertritt auch Yakimova (2009), die zu der Schlussfolgerung kommt, dass Komplimente eine aufwertende Funktion haben, also „face-enhancement strategies“ sind, und deshalb der Dank eine typische Komplimentantwort ist.

³⁴⁷ In den deutschen Produktionsdaten von Nixdorf (2001: 83) ist der Dank die häufigste ANNAHMESTRATEGIE und die zweithäufigste Komplimenterwiderungsstrategie im deutschen Datenkorpus.

³⁴⁸ Wie Nelson/Al-Batal/Echols (1996: 429) betonen, ist ein „Dankeschön“ keine ausreichende Antwort auf ein Kompliment und muss durch zusätzliche Wörter ergänzt werden, weil es sonst das Ende der Konversation signalisiert.

Am zweithäufigsten stimmen Bulgaren und Deutsche dem Kompliment zu, wobei sich die deutschen Probanden häufiger als die bulgarischen für diese Strategie entschieden haben. Eine Zustimmung gehört definitiv nicht zu den selbstlobvermeidenden Strategien und kann auch überheblich wirken, vor allem in Gesellschaften, in denen Bescheidenheit einen höheren Stellenwert hat (vgl. Spencer-Oatey/Ng/Dong 2008: 116)³⁴⁹. Aus der Perspektive des Komplimentempfängers betrachtet, kann die Zustimmung aber auch als Zeichen von Selbstvertrauen gesehen werden (vgl. Superstrategie „Display Confidence“ von Ruhi 2006).

Interessant ist, dass die präferierte Reihenfolge der ANNAHMESTRATEGIEN in beiden Sprachgemeinschaften absolut identisch ist („Sichbedanken“, „Zustimmen“, „A-Erklären“, „Sichfreuen“, „Zurückgeben“, „Aufmuntern/Ermutigen“). Die Datenauswertung hat gezeigt, dass sprachspezifische Unterschiede im ANNAHME-Bereich in Bezug auf folgende Strategien zu verzeichnen sind: „Sichfreuen“, „Zurückgeben“, „A-Erklären“, die mehr von den Bulgaren als von den Deutschen präferiert werden. Der Einsatz der ersten beiden Strategien hängt außerdem mit dem Komplimentthema zusammen (vgl. Kap. 8.2). Hinsichtlich der Äußerung von Freude zeigt sich unter den kombinierten Strategien, dass deutsche Probanden sie ebenso ausdrücken, aber meist in Kombination mit einem Dank. Gegenkomplimente finden selbst unter Berücksichtigung der Strategie-Kombinationen verstärkt unter den Bulgaren Verwendung. Indem man das Kompliment zurückgibt, stellt man einerseits die Balance zwischen den Interaktionspartnern wieder her und trägt andererseits zur Aufwertung des *positive face* des Komplimentgebers bei. Grzega (2010: 747) fasst in seinem Artikel zusammen, dass das Bedanken und das Zurückgeben sowie teilweise der Ausdruck von Freude in Europa weit verbreitete Reaktionen auf Komplimente sind. In beiden Sprachgemeinschaften ist es außerdem sehr beliebt, Kombinationen aus zwei oder sogar drei ANNAHMESTRATEGIEN einzusetzen, um auf Komplimente zu antworten.

Im Kompromissbereich sind es aber die deutschen Probanden, die sich für die AUSWEICHSTRATEGIEN häufiger als die bulgarischen entschieden haben, um somit die Forderung von Pomerantz (1978) nach Selbstlobvermeidung zu befolgen. Mulo Farenkia (2004: 119) stellt in seiner Untersuchung ebenso fest, dass „ein wichtiges Element des Umgangs mit Komplimenten im deutschen Sprachraum die Vermeidung von Selbstlob ist“. Während im ANNAHME-Bereich eine identische Reihenfolge der präferierten Strategien in beiden

³⁴⁹ Die qualitativen Ergebnisse aus der Untersuchung von Spencer-Oatey/Ng/Dong zeigten z.B., dass die chinesischen Probanden vom Festland sowie die aus Hong Kong Zustimmungen häufiger als ihre britischen Probanden als arrogant und angeberisch empfunden haben.

Sprachgemeinschaften festgestellt wurde, ergaben sich in Bezug auf die AUSWEICHSTRATEGIEN einige Unterschiede. Sowohl Bulgaren als auch Deutsche weichen den Komplimenten am häufigsten mit einer Erklärung aus. Die zweithäufigste Strategie unter den Bulgaren ist „Anbieten“, wohingegen die deutschen Probanden am zweithäufigsten humorvolle Komplimentantworten wählen. Das frequente Vorkommen von Angeboten³⁵⁰ in der bulgarischen Sprachgemeinschaft kann möglicherweise ebenso mit der kollektivistischen Orientierung der bulgarischen Gesellschaft erklärt werden. Genkova (2012: 153) nennt als Hauptmerkmal des „horizontalen Kollektivismus“ die „gegenseitige soziale Unterstützung“, die in der bulgarischen Gesellschaft stärker als in der deutschen verankert zu sein scheint, da die deutsche Kultur im Gegensatz zur bulgarischen als „individualistisch“ bezeichnet wird (vgl. Hofstede/Hofstede 2006; Genkova 2003: 43ff.).

Eine Komplimentantwort, die nur für die Bulgaren typisch ist und somit als kulturspezifisch bezeichnet werden kann, ist die folgende: „Ich gebe dir einen aus!“ (vgl. dazu Stoyanova 2006, Slavianova 2011 und Kap. 7.1). Diese Erwiderung kam lediglich ein einziges Mal im bulgarischen Korpus zum Einsatz, und zwar in Kombination mit einem Dank, aber wie bereits ausgeführt, ist sie im Zusammenhang mit Komplimenten über das Äußere sehr typisch für Bulgaren. Diese Komplimenterwiderung findet häufig auch in anderen Variationen Verwendung, wie z.B. „Was trinkst du? Ich möchte dir einen ausgeben!“, und kann als ein Angebot bezeichnet werden. Ohne das dazugehörige Kompliment wären diese Komplimentantworten schwer als solche zu identifizieren. Sie kommen vor allem dadurch zustande, dass sich die Komplimentempfänger durch das Kompliment so positiv aufgewertet fühlen, dass sie bereit sind, dem Komplimentgeber eine großzügige Gegenleistung anzubieten.

Bulgaren und Deutsche lehnen Komplimente relativ selten ab. Dabei sind es die deutschen Probanden, die die Strategien des ABLEHNUNGS-Bereichs häufiger als die bulgarischen gebraucht haben, vor allem in Verbindung mit Besitzkomplimenten. Während die deutschen Probanden Komplimente an erster Stelle mit Hilfe von Erklärungen ablehnen und am zweithäufigsten die Strategie „Herabsetzen“ einsetzen, wählen die bulgarischen Probanden die umgekehrte Reihenfolge. Zu dem Ergebnis, dass die Komplimentablehnungen eher für das Deutsche als für das Russische typisch sind, kommt auch Mironovschi (2009: 128) in ihrer

³⁵⁰ Es soll hier nochmals erwähnt werden, dass es sich bei den Komplimentantworten der bulgarischen Probanden in Form von Angeboten, die vor allem in Situation 6 vorkamen, um das Mitnahme- bzw. Nach-Hause-fahren-Angebot als Reaktion auf das Kompliment über das neue Auto handelt. Weitere Angebote kamen nur vereinzelt in den anderen Situationen und meist in Kombination mit einem Dank vor.

Arbeit. Komplimentablehnungen werden von Chen (1993) im Rahmen des Maxime-Ansatzes von Leech (1983) als Zeichen von Bescheidenheit³⁵¹ interpretiert. Das mag bei einigen Antworten auch der Grund gewesen sein. Die folgenden zwei Beispiele aus dem deutschen Korpus (Situation 1) zeigen jedoch deutlich, dass das Kompliment aus anderen Gründen abgelehnt worden ist.

- 1) M: „Wow! Was für ein schickes Handy! Meins hat nicht so viele Funktionen. Echt toll!“
M: „Ich brauch eigentlich kein Handy, das mir einen Käsekuchen backen kann.“
- 2) F: „Wow! Was für ein schickes Handy! Meins hat nicht so viele Funktionen. Echt toll!“
M: „Dieses Handy hatte ich mir nie gewünscht. Befasse dich lieber mit der Strahlenbelastung als dich von der Technik beeindrucken zu lassen!“

Beide Beispiele können vermutlich im Rahmen von Ruhis „self-politeness“-Konzept mit ihrer Superstrategie „Display Impoliteness“ besser erklärt werden. Das zweite Beispiel klingt fast aggressiv und unhöflich und weist darauf hin, dass das Solidaritätsangebot bzw. der Wunsch des Komplimentgebers, etwas Gutes zu tun, völlig misslungen ist. Die Interpretation der beiden Antworten als Unhöflichkeit wird zudem durch die Tatsache bestärkt, dass die Interaktanten in dieser Situation befreundet sind und zwischen ihnen eine enge soziale Distanz besteht. Kothoff (2003) macht in Bezug auf Komplimente darauf aufmerksam, dass deutschen Probanden „das Prinzip der Ehrlichkeit“ wichtiger als die „Wahrung sozialer Formen“ ist (vgl. FN 117, Kap. 4.2.1). Vermutlich ist in diesen Beispielen der Wahrheitsgehalt der Komplimentantwort für diese Probanden wichtiger als die Sorge um die Gesichtspflege des Komplimentgebers. Das zweite Beispiel steht m.E. mit der Meinung eines amerikanischen Studenten bezüglich des Themas *Small Talk* im Deutschen im Zusammenhang, auch wenn es sich dabei nicht um Komplimentantworten handelt. Brian sagt in einem retrospektiven Interview, dass es im Deutschen im Unterschied zum amerikanischen Englisch eine Art „pressure to talk about something important“ gebe (House 1996: 17). Dies könnte möglicherweise erklären, warum sogar bei so einem formelhaften Sprechakt wie dem Kompliment solche ernsthaften Antworten kommen. Es lässt sich in Bezug auf solche Komplimentablehnungen festhalten, dass das Solidaritätsangebot des Komplimentgebers nicht angenommen wurde und dass sie nicht durch die Bescheidenheitsmaxime motiviert sind.

³⁵¹ Bescheidenheit kann aber auch durch den Verzicht auf die Komplimentantwort ausgedrückt werden, wie dies aus zwei Kommentaren (Situation 1) deutlich wurde: „Ich würde nichts dazu sagen, da ich Bescheidenheit sehr wichtig finde./Ich würde nicht darauf antworten, weil ich nicht angeben möchte.“

Es ist an dieser Stelle noch anzumerken, dass die meisten Ablehnungen beim Komplimentthema „Besitz“ vorzufinden waren. Vermutlich übt das Komplimentthema einen Einfluss auf die Ablehnungsrate aus, besonders unter den deutschen Probanden. Dieses Erkenntnis muss jedoch durch weitere Untersuchungen bestätigt werden. Die Seltenheit von Ablehnungen unter Bulgaren und Deutschen kann mit dem Wunsch des Komplimentempfängers begründet werden, das *negative face* des Komplimentgebers zu wahren sowie die Beziehung zwischen Komplimentempfänger und Komplimentgeber nicht zu gefährden, die im Falle einer Ablehnung gestört werden könnte, da man dadurch gleichzeitig das Bemühen des Komplimentgebers, dem Empfänger ein positives Gefühl der Bestätigung zu vermitteln, nicht anerkennen würde. Nelson/Al-Batal/Echols (1996) berichten ebenso von einem geringen Vorkommen von Ablehnungen unter ihren syrischen und amerikanischen Probanden. Auch in den deutschen Daten von Werthwein (2009) stellen die Ablehnungen mit 5,82% die am seltensten eingesetzte Hauptstrategie dar.

Werthwein (2009: 216) findet im Unterschied zu den Ergebnissen von Mulo Farenkia (2004), der für das Deutsche insgesamt nur sechs Komplimenterwiderungsstrategien ausmacht, und zu denen von Golato (2002, 2005), die lediglich drei Strategien im ANNAHME-Bereich findet, sechs ANNAHMESTRATEGIEN in ihrem deutschen Korpus. In dieser Arbeit konnten ebenso alle sechs ANNAHMESTRATEGIEN der angewandten Klassifikation sowie die weiteren sechs des Kompromissbereichs bei beiden Sprachgemeinschaften belegt werden. Die einzige Strategie, die insgesamt nur einmal im ganzen Datenkorpus vorkam, ist „Verlegenheit ausdrücken“. Verlegenheit sprachlich auszudrücken ist m.E. sehr schwierig, da das Gefühl der Verlegenheit meist durch nonverbale Signale ausgedrückt wird: verlegenes Lachen³⁵², betretenes Schweigen etc. Dies konnte jedoch auf Grund der Erhebungsmethode nicht festgehalten werden. Einige der Kommentare ließen zwar Verlegenheit vermuten, sie wurden aber nicht in die Auswertung einbezogen. Die Strategien, die am seltensten vorkamen, sind im deutschen Datenkorpus „Aufmuntern/Ermutigen“, „Anbieten“ und „Nichtzustimmen“, im bulgarischen hingegen „Ablenken“ und ebenfalls „Nichtzustimmen“.

Würde man beide Sprachgemeinschaften in das von Chen/Yang (2010: 1953) vorgeschlagene „Accepting-to-Rejecting“-Kontinuum einordnen wollen, um Komplimentantworten in verschiedenen Sprachgemeinschaften zu vergleichen, würde sich folgendes Bild ergeben: Das

³⁵² Dass ein Lächeln Verlegenheit ausdrücken kann, verdeutlicht z.B. ein Kommentar einer bulgarischen Frau (Gruppe BA) in Situation 5: „Ich werde lächeln, weil es [das Kompliment, D.D.] mich verlegen macht“.

Bulgarische und das Deutsche würden zusammen mit dem Russischen (Nixdorf 2002, Mironovschi 2009), dem südafrikanischen Englisch (Herbert/Straight 1989) und dem Arabischen (Nelson et. al 1996, Farghal/Al-Khatib 2001) auf seinem ANNAHME-Ende liegen. In der Mitte des Kontinuums würden laut Chen/Yang (2010: 1953) das Thailändische und das Persische liegen und am ABLEHNUNGS-Ende würden sich das Japanische und das Chinesische (Chen 1993, aber nicht Chen/Yang 2010) befinden³⁵³.

Nach einer zusammenfassenden Analyse kann festgehalten werden, dass in Bezug auf ihr Komplimenterwiderungsverhalten beide Sprachgemeinschaften ähnlich zu sein scheinen und zwischen ihnen trotz des signifikanten Werts des Chi-Quadrat-Tests bezüglich der sprachspezifischen Unterschiede in der Verteilung der drei Hauptstrategien keine gravierenden Unterschiede zu verzeichnen sind. Die Differenzen im Gebrauch der Unterstrategien „Anbieten“ sowie „Zurückgeben“ können m.E. mit unterschiedlichen kulturellen Besonderheiten der beiden Sprachgemeinschaften erklärt werden. Hinsichtlich der bulgarischen Daten fällt außerdem auf, dass sich einige Komplimentantworten durch Kreativität auszeichnen (z.B. eine Antwort auf das Kompliment über die Kochkünste in Situation 3: M: „Ich wusste ja gar nicht, dass Sie so gut kochen können! Das Essen hat wirklich phantastisch geschmeckt!“, F: „Phantasie plus eine kleine Dose Fähigkeit. Ich freue mich, dass mir das Ergebnis gelungen ist.“). Es kann außerdem festgehalten werden, dass die Reihenfolge der drei Hauptstrategien in Bezug auf ihre Vorkommenshäufigkeit in beiden Sprachgemeinschaften identisch ist: ANNEHMEN > ABLENKEN/AUSWEICHEN > ABLEHNEN. Dieses Ergebnis stimmt somit mit jenem von Yakimova hinsichtlich des Bulgarischen überein und entspricht in Bezug auf das Deutsche dem Ergebnis von Werthwein (2009).

Nach diesem Überblick über das Komplimenterwiderungsverhalten in beiden Sprachgemeinschaften wird im Folgenden auf die Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse hinsichtlich der weiteren Fragestellungen dieser Arbeit eingegangen. Auf die Diskussion der Ergebnisse jeder einzelnen Situation wird hier verzichtet, da sich die wichtigsten Erkenntnisse im Folgenden im Großen und Ganzen wiederfinden. Auf Besonderheiten, die eine konkrete Situation betreffen, wird außerdem an geeigneter Stelle ebenfalls eingegangen.

³⁵³ Chen/Yang (2010: 1953) zählen auch das Türkische (Ruhi 2006) zu den Sprachen, in denen Komplimente häufiger abgelehnt als angenommen werden. Bei Ruhi (2006: 50) sind aber andere Ergebnisse zu finden (Accepting – 60,85%; Rejection – 22,70%; Deflection – 16,02%).

8.2 Komplimentthemen

Folgende drei Komplimentthemen kamen im DCT-Fragebogen vor: äußeres Erscheinungsbild/Aussehen (*appearance*), Besitz (*possession*) und Leistungen/Fähigkeiten (*achievements/abilities*). Eine der Fragestellungen dieser Arbeit setzte sich mit der Frage auseinander, ob das Komplimentthema einen Einfluss auf die Komplimentantwort ausübt. Bei dieser Frage geht es zum einen um den Einfluss, der aus dem Zusammenspiel zwischen dem Komplimentthema und dem Geschlecht (des Komplimentgebers und -empfängers) resultiert. Zum anderen setzt sich das Kapitel mit der Frage auseinander, welche Komplimenterwiderungsstrategien in den beiden Sprachgemeinschaften in Abhängigkeit von dem jeweiligen Komplimentthema präferiert werden und welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede sich diesbezüglich feststellen lassen. Dabei werden im Folgenden die wichtigsten Ergebnisse bezüglich der Fragestellung(en) zusammengetragen und diskutiert sowie mit ähnlichen Untersuchungsergebnissen verglichen, soweit solche vorliegen.

Auf Grund der kleinen Probandenzahlen in den einzelnen Gruppen sowie ihrer Zusammensetzung aus studentischen Probanden können die gewonnenen Ergebnisse selbstverständlich nicht auf alle Männer und Frauen in beiden Sprachgemeinschaften bzw. auf alle Bulgaren oder Deutschen übertragen werden. Sie zeigen lediglich Einblicke und Tendenzen in Bezug auf das geschlechtsspezifische sowie das sprachspezifische Komplimenterwiderungsverhalten im Zusammenhang mit dem jeweiligen Komplimentthema auf.

8.2.1 Komplimentthemen und Geschlecht

Im Folgenden wird ein Überblick über die wichtigsten Ergebnisse in Bezug auf die Wechselwirkung zwischen dem Geschlecht und dem Komplimentthema auf die Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien gegeben, wobei der Schwerpunkt der Darstellung auf dem Geschlecht des Komplimentempfängers liegt. Dabei werden die männlichen und die weiblichen Probanden beider Sprachgemeinschaften zusammenfassend betrachtet. Auf eine detaillierte Präsentation der Ergebnisse, aufgeteilt nach dem Geschlecht und zusätzlich nach der jeweiligen Sprachgemeinschaft, wird hier verzichtet, da diese im Kapitel der Datenauswertung zu finden ist. Die Darstellung der wichtigsten Ergebnisse unter einem Punkt geschieht aus der Überlegung, mehrfache Wiederholungen bei der Präsentation und Interpretation der Ergebnisse zu vermeiden.

Die wichtigsten Erkenntnisse über die Distribution und die Präferenzen der eingesetzten Komplimenterwiderungsstrategien als Ergebnis aus dem Zusammenspiel zwischen dem Geschlecht und dem jeweiligen Komplimentthema werden im Folgenden zusammengefasst:

1. Die bei den drei Komplimentthemen berechneten Chi-Quadrat-Tests in Bezug auf Unterschiede in der Distribution der Hauptstrategien bei beiden Geschlechtern zeigten bezüglich der Komplimentthemen „äußeres Erscheinungsbild“ und „Besitz“ signifikante Ergebnisse. Es geht aus diesen Ergebnissen hervor, dass Frauen Komplimente über ihr „äußeres Erscheinungsbild“ sowie Komplimente über Besitztümer häufiger als Männer annehmen. Männer hingegen weichen Komplimenten häufiger als Frauen aus, wenn Äußeres oder Besitz komplimentiert wird, und lehnen häufiger als Frauen Besitzkomplimente ab. Darüber hinaus ignorieren Männer häufiger als Frauen Komplimente über ihr Aussehen.
2. Auch innerhalb der jeweiligen Sprachgemeinschaft wurden Chi-Quadrat-Tests bei den drei Komplimentthemen in Bezug auf geschlechtsspezifische Unterschiede in der Verteilung der Hauptstrategien angewandt. Signifikante Ergebnisse ergaben sich im deutschen Korpus im Zusammenhang mit den Komplimentthemen „äußeres Erscheinungsbild“³⁵⁴ und „Besitz“ und bei den bulgarischen Daten lediglich in Bezug auf Besitzkomplimente (vgl. ausführlicher zu den Ergebnissen Kap. 7.2.1 und 7.2.2).
3. Die Hauptstrategien ANNEHMEN sowie ABLENKEN/AUSWEICHEN werden bei Komplimenten über Leistungen und Fähigkeiten von beiden Geschlechtern gleich häufig eingesetzt, wobei die letzte Strategie bei diesem Komplimentthema im Vergleich zu den anderen beiden Komplimentthemen am häufigsten vorkommt.
4. Hinsichtlich der Unterschiede in der Distribution der Hauptstrategien bei den männlichen und weiblichen Probanden, aufgeteilt nach dem Geschlecht des Komplimentgebers,³⁵⁵ waren die ermittelten Chi-Quadrat-Werte bei allen drei

³⁵⁴ Es ist bei diesem Komplimentthema interessant zu erwähnen, dass bulgarische Frauen Komplimente über ihr Äußeres und bulgarische Männer solche über Leistungen und Fähigkeiten gar nicht ablehnen.

³⁵⁵ Auch die innerhalb der deutschen und der bulgarischen Daten berechneten Chi-Quadrat-Werte hinsichtlich der Differenzen in der Verteilung der Hauptstrategien bei den Männern und Frauen, aufgeteilt nach dem Geschlecht des Komplimentgebers, waren nicht signifikant (vgl. ausführlicher hierzu Kap. 7.2.1 – 7.2.3).

Komplimentthemen nicht signifikant. Folglich können die diesbezüglich zu beobachtenden geschlechtsspezifischen Differenzen lediglich als Tendenzen betrachtet werden. Es zeigt sich diesbezüglich, dass weibliche Komplimentgeber mehr als männliche das ANNEHMEN von Komplimenten über das Aussehen auslösen, wohingegen männliche eher das ANNEHMEN von Besitzkomplimenten herbeiführen. Des Weiteren werden die Hauptstrategien ABLENKEN/AUSWEICHEN sowie ABLEHNEN bei Besitzkomplimenten bevorzugt gegenüber weiblichen als gegenüber männlichen Komplimentgebern eingesetzt. Es ist aus den Ergebnissen in Kapitel 7.5 außerdem zu ersehen, dass männliche Komplimentgeber mehr als weibliche das ABLEHNEN der Komplimente über Aussehen sowie über Leistungen und Fähigkeiten auslösen, wohingegen weibliche Komplimentgeber eher das ABLEHNEN von Besitzkomplimenten bewirken.

In Bezug auf den geschlechtsspezifischen Gebrauch der einzelnen Komplimenterwiderungsstrategien bei den drei Komplimentthemen kann Folgendes festgehalten werden:

5. Sowohl Frauen als auch Männer bedanken sich am häufigsten für Komplimente über ihr Aussehen. Lediglich bei Besitzkomplimenten stimmen die männlichen Probanden den Komplimenten häufiger zu, als sich dafür zu bedanken.
6. Die Strategie „Sichfreuen“ sticht im Zusammenhang mit dem Komplimentthema „Leistungen und Fähigkeiten“ als „frauentypisch“ hervor.
7. Männer geben mehr als Frauen Komplimente zurück. Zudem kommen Gegenkomplimente fast ausschließlich im Zusammenhang mit dem Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“ zum Einsatz.³⁵⁶
8. Kombinierte ANNAHMESTRATEGIEN werden am häufigsten von den weiblichen Probanden eingesetzt, vor allem im Zusammenhang mit Komplimenten über Leistungen und Fähigkeiten.

³⁵⁶ Ein einziges in einem anderen Zusammenhang geäußertes Gegenkompliment kam noch in Situation 1 vor.

9. Die AUSWEICHSTRATEGIE „Anbieten“ kommt vor allem im Zusammenhang mit Besitzkomplimenten vor und wird mehr als doppelt so häufig von den (bulgarischen) Männern wie von den Frauen gebraucht, und zwar bevorzugt gegenüber weiblichen Komplimentgebern.
10. „Scherzen“ ist bei allen Komplimentthemen eine beliebte männliche AUSWEICHSTRATEGIE, was am deutlichsten bei Komplimenten über „Leistungen und Fähigkeiten“ zu erkennen ist.

Die Ergebnisse der Untersuchung haben gezeigt, dass bei den Komplimentthemen „äußeres Erscheinungsbild“ und „Besitz“ das Geschlecht des Komplimentempfängers einen Einfluss auf die Distribution der Hauptstrategien ausübt, wobei Frauen häufiger als Männer Komplimente annehmen.³⁵⁷ Es zeigte sich außerdem, dass Frauen nicht nur häufiger Komplimente über ihr Äußeres annehmen, sondern auch, dass weibliche Komplimentgeber mehr als männliche die Annahme dieser Komplimente bewirken. Weitere Untersuchungen zu Komplimentthemen führen aus, dass Frauen auf Grund ihrer untergeordneten Rolle in der Gesellschaft (vgl. dazu Lakoff 1973) auch mehr Komplimente bezüglich ihres Aussehens erhalten³⁵⁸: „Women, because of their role in the social order are seen as appropriate recipients of all manner of social judgments in the form of compliments“ Wolfson (1984: 243). Dass Frauen häufiger als Männer Komplimente über ihr Aussehen annehmen, ist m.E. kein überraschendes Ergebnis, auch wenn es ein stereotypisches Frauenbild bestätigt, welches die Frau mit einem gesteigerten Interesse an ihrem Äußeren in Zusammenhang bringt. Das Aussehen spielt in den meisten Gesellschaften eine sehr wichtige Rolle für Frauen, wie auch Chen (1993: 57) ausführt: „[A]pppearance is an important component in the self-image of females in most societies.“³⁵⁹ Dieses Ergebnis kann m.E. auch mit der Orientierung der Frauen zu der positiven Höflichkeit erklärt werden, da Frauen sich mittels ihres Sprachgebrauchs darum bemühen, Gemeinsamkeiten zu schaffen (Tannen 1998). Rees-Miller (2001: 2683) weist darauf hin, dass Komplimente über das Aussehen unter Frauen als phatische Kommunikation gebraucht werden, mit dem Ziel, die Solidarität zwischen ihnen zu verstärken. Mit der Annahme dieses

³⁵⁷ Vor allem im Zusammenhang mit dem Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“ muss an dieser Stelle erneut hervorgehoben werden, dass deutsche Männer untereinander am wenigsten Komplimente über ihr Aussehen annehmen. Dafür weichen sie ihnen am häufigsten aus oder ignorieren sie.

³⁵⁸ Holmes Ergebnisse (2011: 81) besagen ebenfalls, dass Frauen häufiger als Männer Komplimente über das Aussehen erhalten und auch häufiger geben.

³⁵⁹ Manes (1983: 98) vertritt ebenfalls die Meinung, dass das Aussehen und das Äußere häufig vorkommende Komplimentthemen bei Frauen sind (vgl. dazu auch Duttlinger 1999: 132).

Solidaritätsangebots in Form von Komplimenten schaffen die Frauen eine gemeinsame Basis im Sinne der positiven Höflichkeit. Die häufigere Annahme der Komplimente über Besitztümer seitens der Frauen ist ein wenig überraschend, da es sich bei den komplimentierten Objekten um ein Handy und ein Auto handelt, und diese Besitzgegenstände eher mit Männern im Zusammenhang stehen. Vermutlich kommt dieses Ergebnis nicht nur durch die Wechselwirkung zwischen dem Komplimentthema und dem Geschlecht zustande, sondern wird auch von den anderen Faktoren (Status und sozialer Distanz) beeinflusst.

Die Wechselwirkung zwischen dem Komplimentthema und dem Geschlecht scheint auch die Wahl der häufigsten Komplimenterwiderungsstrategie zu beeinflussen. Obwohl man sich am häufigsten für Komplimente bedankt, ist die bevorzugte männliche Strategie im Zusammenhang mit Besitzkomplimenten die Zustimmung. Diesbezüglich muss angemerkt werden, dass dieses Ergebnis in den beiden Situationen mit dem Komplimentthema „Besitz“ unterschiedlich ausfällt. Während man dem Kompliment über das neue Handy (S 1) am häufigsten zugestimmt hat (ausgenommen die bulgarischen Frauen), bedankt man sich für das Kompliment über das neue Auto (S 6) (mit Ausnahme der bulgarischen Männer). Der Unterschied in der Wahl der häufigsten Antwortstrategie in den beiden Situationen resultiert möglicherweise aus dem unterschiedlichen Status und der unterschiedlichen sozialen Distanz zwischen den Interaktanten. Der Komplimentempfänger, der in Situation 6 einen höheren Status als der Komplimentgeber genießt, vermeidet durch den Einsatz von Routineformeln wie „Danke“ oder „Vielen Dank“, dass seine Komplimentantwort gegenüber dem Komplimentgeber arrogant und selbstlobend klingt, wie dies z.B. bei einer Zustimmung zum Kompliment der Fall sein könnte. In der ersten Situation hingegen sind die Interaktanten befreundet und stehen sich nahe, deshalb wird die Zustimmung zum Kompliment ganz anders wahrgenommen.

Frauen neigen mehr als Männer dazu, ihre Freude zu äußern, besonders dann, wenn sie für ihre Leistungen bzw. Fähigkeiten Komplimente bekommen. Durch den Gebrauch dieser Strategie drücken Frauen ihre Emotionen aus und maximieren dadurch die Sympathie zwischen sich und dem Komplimentgeber (Sympathiemaxime von Leech 1983). Gegenkomplimente kommen vor allem in Situation 2 (Aussehen) vor. Ihr frequenter Einsatz seitens der männlichen Probanden ist insofern interessant, als die Männer dadurch das „verbale Geschenk“, das sie durch das Kompliment bekommen haben, zurückgeben wollen, um das Gleichgewicht in der Interaktion wiederherzustellen. Somit bedienen sie sich ebenso einer positiven Höflichkeitsstrategie im Sinne von Brown/Levinson (1987). Außerdem wird durch das Gegenkompliment das *positive face* des Komplimentgebers aufgewertet. Es sei hier

jedoch angemerkt, dass sich Situation 5 (Kompliment über das jüngere Aussehen) mit einem viel geringeren Vorkommen von Gegenkomplimenten auszeichnet, was vermutlich mit dem höheren Status des Komplimentgebers zusammenhängt (s.u. Status). Darüber hinaus sind die Unterschiede in der Vorkommenshäufigkeit von Gegenkomplimenten im Zusammenhang mit der Sprachgemeinschaft deutlicher als im Zusammenhang mit dem Geschlecht.

Die Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN findet am häufigsten bei dem Komplimentthema „Leistungen und Fähigkeiten“ Verwendung, und zwar gleich häufig bei beiden Geschlechtern. Geschlechtsspezifische Unterschiede beim Einsatz dieser Hauptstrategie sind bei Komplimenten über das Äußere und bei Besitzkomplimenten zu finden, wobei Männer diesen Komplimenten häufiger als Frauen ausweichen. Aus der Analyse der einzelnen Situationen geht hervor, dass der frequenteste Einsatz der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN bei den deutschen Männern in Situation 5 (Kompliment über das jüngere Aussehen) zu verzeichnen ist. Der Gebrauch dieser Strategie ist zudem in der gleichgeschlechtlichen männlichen Gruppe häufiger als in der gegengeschlechtlichen. Wahrscheinlich wurde dieses Kompliment von den deutschen Männern nicht immer als positive Höflichkeitsstrategie verstanden, sondern als *face threatening act* wahrgenommen, vor allem dann, wenn es von einem anderen Mann kam. Eine mögliche Erklärung wäre auch, dass der illokutive Zweck des Kompliments nicht erkannt wurde, da es sich dabei um ein indirektes Kompliment handelt („Ich hätte Sie viel jünger geschätzt!“). Im Sinne der Sprechakttheorie kann hier von einem defekten Vollzug des illokutionären Zwecks des Kompliments gesprochen werden, da die Absicht des Komplimentgebers, dem Empfänger seine Anerkennung und Bewunderung für sein junges Aussehen auszusprechen, nicht erkannt bzw. missverstanden wurde. Vermutlich hängt das dem Kompliment Ausweichen aber auch damit zusammen, dass das Kompliment in dieser Situation von einem Statushöheren kam, da einige Probanden in den Kommentaren diesbezüglich angemerkt haben, dass sie das Kompliment als zu persönlich empfunden haben und ihnen eine Trennung zwischen Privat- und Berufsleben wichtig ist. Dass deutsche Frauen in dieser Situation dem Kompliment ebenfalls häufig ausweichen, liegt vermutlich daran, dass das Kompliment in den gegengeschlechtlichen Probandengruppen als Flirt aufgefasst wurde, wie dies Parisi/Wogan (2006: 25) in ihrer Untersuchung bezüglich Komplimenten über das Äußere herausgefunden haben (vgl. dazu Kap. 4.2.1). Hierzu merkt Holmes (1986: 501) an, dass ein Kompliment als *face threatening act* wahrgenommen werden kann, wenn die Intimität bzw. die Solidarität, die seitens des Komplimentgebers als vorhanden angenommen wird, von dem Komplimentempfänger als unangenehm empfunden wird. Dies ist bei Komplimenten über das äußere Erscheinungsbild durchaus möglich, weil sie üblicherweise unter engen Vertrauten und Statusgleichen vorkommen (vgl. Manes/Wolfson 1981). In Situation 5 genießt der

Komplimentgeber einen höheren Status als der Komplimentempfänger, es ist folglich durchaus zu vermuten, dass die geringe soziale Distanz zwischen den Interaktanten, die auf Grund der Kontakthäufigkeit angenommen wurde, von einigen Probanden nicht als gering genug empfunden wurde und sie das Kompliment deshalb eher als Eindringen in ihre Privatsphäre wahrgenommen haben.

Weitere geschlechtsspezifische Besonderheiten im Kompromissbereich sind bei den Strategien „Anbieten“ im Zusammenhang mit Besitzkomplimenten und „Scherzen“ bei Komplimenten über Leistungen und Fähigkeiten zu finden. Beide Strategien werden mehr von den Männern als von den Frauen gebraucht. Die Strategie „Anbieten“ zeigt aber nicht nur einen geschlechtsspezifischen, sondern auch einen kulturspezifischen Gebrauch, da sie vor allem von den bulgarischen Männern gegenüber weiblichen Komplimentgebern eingesetzt wird (vgl. Situation 6 in Kap. 7.1). Humorvolle Komplimentantworten können als „männertypische“ Strategie betrachtet werden, was vor allem im Zusammenhang mit Komplimenten über Leistungen und Fähigkeiten, aber auch bei solchen über das äußere Erscheinungsbild zu erkennen ist.

Am häufigsten werden Komplimente über Besitztümer abgelehnt. Da sich der vorige Punkt ausführlich mit den Ablehnungen befasst hat (vor allem mit denen von deutschen Männern in Situation 1), wird an dieser Stelle darauf verzichtet. Es muss nur hinzugefügt werden, dass die aufgeschriebenen Kommentare einiger der männlichen deutschen Probanden zeigen, dass sie diese Komplimente abgelehnt haben, um entweder nicht arrogant oder angeberisch zu wirken, oder weil ihnen Bescheidenheit wichtig war. Dass dies nicht die einzige Erklärung für Komplimentablehnungen ist, wurde bereits in Kapitel 8.1 ausgeführt.

Das Ablehnen der Komplimente über das äußere Erscheinungsbild³⁶⁰ seitens der bulgarischen Männer, und zwar lediglich in der gleichgeschlechtlichen Gruppe, lässt sich wahrscheinlich mit dem gleichen Geschlecht des Komplimentgebers begründen. Komplimente über das Äußere unter Männern sind, vor allem in der bulgarischen Gesellschaft, eher untypisch und kommen dementsprechend nicht häufig vor. Mironovschi (2009: 126) führt ebenfalls aus, dass russische Muttersprachler Komplimente unter Männern „kritischer als die deutschen“ betrachten. Laut Rees-Miller (2011: 2685) werden diese Komplimente unter Männern vermieden, da sie mit Homosexualität und somit mit „Unmännlichkeit“ in Zusammenhang gebracht werden. Dies könnte eine mögliche Erklärung dafür sein, weshalb diese Komplimente unter den

³⁶⁰ Die meisten Ablehnungen kamen in Situation 5 vor.

bulgarischen Männern häufiger abgelehnt wurden. Vermutlich fungieren die Ablehnungen als eine Art Solidaritäts- und Intimitätsverweigerung seitens des Komplimentempfängers und als ein Signal dafür, sich durch die Ablehnung vom Solidaritätsangebot des Komplimentgebers distanzieren zu wollen. Einen Einfluss auf die Ablehnung übt vermutlich auch der höhere Status des Komplimentgebers aus.

Die Strategie „Ignorieren“ kam ausschließlich in Situation 2 im Zusammenhang mit dem Kompliment über das Aussehen vor. Sie wurde zwar häufiger von den männlichen Probanden eingesetzt, aber doch auch sehr häufig von den weiblichen. Dieses Ergebnis kann m.E. einerseits mit der Struktur der Äußerung erklärt werden³⁶¹, andererseits aber auch mit der Annahme von Holmes (1988), dass das Kompliment als peinlich oder unangenehm empfunden wurde, was Holmes lediglich hinsichtlich der männlichen Probanden äußert. Vor allem im bulgarischen Datenkorpus fällt auf, dass Komplimente häufiger bei männlichen Komplimentgebern ignoriert wurden. Komplimente über das Aussehen können von Frauen ebenso als *face threatening acts* wahrgenommen werden, wenn sie diese so interpretieren, als ob es eine Ausnahme wäre, dass man toll aussieht (vgl. hierzu auch Mills 2003: 221).

Es kann zusammenfassend festgehalten werden, dass das häufigere AUSWEICHEN sowie Ignorieren der Komplimente über das äußere Erscheinungsbild in der gleichgeschlechtlichen männlichen Gruppe der deutschen Probanden und das ABLEHNEN in der bulgarischen gleichgeschlechtlichen Männergruppe ein Indiz dafür sind, dass die Komplimente als Gesichtsbedrohung empfunden wurden, wie von Holmes (1988) ausgeführt. Darüber hinaus lässt sich sagen, dass das Komplimentthema im Zusammenhang mit dem Geschlecht des Komplimentempfängers eindeutig einen Einfluss auf die Antwortstrategie ausübt, dieser aber weiter untersucht werden muss. Die Wechselwirkung zwischen dem Geschlecht des Komplimentgebers und dem jeweiligen Komplimentthema könnte ebenso eine Rolle bei der Distribution der Hauptstrategien spielen, der diesbezüglich angewandte Chi-Quadrat-Test ergab jedoch keine signifikanten Ergebnisse.

8.2.2 Komplimentthemen und Sprachgemeinschaft

Die Ergebnisse der Datenauswertung im Zusammenhang mit den drei Komplimentthemen und der Sprachgemeinschaft zeigen die Tendenz, dass Bulgaren unabhängig von dem jeweiligen Komplimentthema Komplimente mehr als Deutsche annehmen, wobei dieser Unterschied bei

³⁶¹ Wie an anderer Stelle erwähnt, wurde das Kompliment in Situation 2 durch eine Wohlergehensfrage eingeleitet.

dem Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“ am deutlichsten zu sehen ist. Der berechnete Chi-Quadrat-Wert hinsichtlich der Distribution der Hauptstrategie ANNEHMEN in Bezug auf Unterschiede bei den drei Komplimentthemen und den Sprachgemeinschaften war jedoch nicht signifikant. Bulgarische Probanden bedanken sich am häufigsten für Komplimente, unabhängig vom jeweiligen Komplimentthema, bei den deutschen Probanden hingegen findet neben dem Dank die Strategie „Zustimmen“ im Zusammenhang mit Besitzkomplimenten am häufigsten Verwendung. Unterschiede zwischen beiden Sprachgemeinschaften bezüglich der Distribution der einzelnen Komplimenterwiderungsstrategien bei den drei Komplimentthemen sind vor allem in Bezug auf die Wahl der zweithäufigsten Strategie zu verzeichnen. Bulgaren und Deutsche drücken am zweithäufigsten ihre Freude aus, wenn sie Komplimente über ihre Leistungen bzw. Fähigkeiten erhalten, jedoch verwenden die Bulgaren diese Strategie doppelt so häufig wie die Deutschen. Im Zusammenhang mit Komplimenten über das Äußere geben Bulgaren Komplimente am zweithäufigsten zurück, während Deutsche diesen zustimmen. Und in Verbindung mit Besitzkomplimenten stimmen die bulgarischen Probanden am zweithäufigsten den Komplimenten zu, wohingegen sich die deutschen dafür bedanken.

Gegenkomplimente sind häufiger unter den Bulgaren und überwiegend im Zusammenhang mit dem Aussehen zu finden. Da das Zurückgeben der Komplimente auch mehr bei den Männern als bei den Frauen zum Einsatz kam, kann festgehalten werden, dass diese Strategie nicht nur sprach- bzw. kulturspezifisch, sondern auch geschlechtsspezifisch zu sein scheint. Man könnte dieses Ergebnis damit begründen, dass die soziale Funktion des Kompliments, dem Gegenüber ein gutes Gefühl zu vermitteln und somit die Beziehung zu ihm nicht zu gefährden, in Bulgarien so wie in Amerika einen höheren Stellenwert hat, während in Deutschland der Schwerpunkt auf der „Verbindung von Wahrheit und Höflichkeit“ liegt, wie von Kotthoff (2003) festgestellt (vgl. dazu Kap. 4.2.1, FN 117), und Komplimente bzw. Gegenkomplimente in Deutschland meist nur dann gemacht werden, wenn sie auch ehrlich gemeint sind.

Die Berechnung des Chi-Quadrat-Tests in Verbindung mit der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN bezüglich der Unterschiede bei den drei Komplimentthemen und den Sprachgemeinschaften zeigte ein signifikantes Ergebnis, das daran liegen könnte, dass deutsche Probanden Komplimenten über ihr Äußeres häufiger als bulgarische ausweichen bzw. sie ignorieren³⁶², oder daran, dass bulgarische Probanden bei Besitzkomplimenten häufiger von der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN Gebrauch machen. Der Grund für

³⁶² In der Berechnung des Chi-Quadrat-Tests wurde die Strategie „Ignorieren“ mitberücksichtigt.

den frequenten Einsatz der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN seitens der deutschen Probanden liegt vor allem in Situation 5 (Kompliment über das jüngere Aussehen) und hinsichtlich der Strategie „Ignorieren“ in Situation 2 (Kompliment über das Aussehen) (vgl. ausführlicher dazu Kap. 8.2.1). Es wird aus den Ausführungen unter dem vorigen Punkt deutlich, dass das Vorkommen dieser Hauptstrategie bei diesem Komplimentthema weniger aus dem Bedürfnis der Probanden resultiert, Selbstlob zu vermeiden, sondern vielmehr mit der möglichen Wahrnehmung der Komplimente als *face threatening acts* zu tun hat. Auf die möglichen Gründe für den Gebrauch der Strategie „Ignorieren“ wurde bereits im Zusammenhang mit dem Komplimentthema und dem Geschlecht eingegangen. Die Strategie ABLENKEN/AUSWEICHEN findet bei dem Komplimentthema „Leistungen und Fähigkeiten“ in beiden Sprachgemeinschaften gleich häufig Verwendung. Hinsichtlich der Unterstrategien im mittleren Bereich fällt auf, dass die Strategie „Anbieten“ viel häufiger bei den Bulgaren als bei den Deutschen zu finden ist, und zwar überwiegend im Zusammenhang mit Besitzkomplimenten (vgl. ausführlicher hierzu Kap. 8.1).

Trotz der nicht signifikanten Ergebnisse bezüglich der Unterschiede in der Distribution der Hauptstrategie ABLEHNEN bei den drei Komplimentthemen und den Sprachgemeinschaften muss festgehalten werden, dass deutsche Probanden Besitzkomplimente und solche über Leistungen und Fähigkeiten mehr als bulgarische ablehnen, wobei eine große Differenz zwischen beiden Sprachgemeinschaften beim ersteren Komplimentthema zu sehen ist. Darüber hinaus werden Komplimente über das äußere Erscheinungsbild am seltensten abgelehnt.

Der Vergleich dieser Untersuchungsergebnisse mit jenen von Werthwein (2009) zu Komplimentthemen bezüglich der deutschen Daten zeigt keine Übereinstimmungen. Während in dieser Untersuchung Komplimente über Leistungen und Fähigkeiten am häufigsten angenommen wurden, wurden sie bei Werthwein am seltensten angenommen. Der Einsatz von ANNAHME- und AUSWEICHSTRATEGIEN zu gleichen Teilen bei Besitzkomplimenten unter den deutschen Probanden von Werthwein (2009) konnte hier ebenso nicht bestätigt werden. Die Diskrepanz zwischen den Untersuchungsergebnissen beider Arbeiten kann vermutlich mit den unterschiedlichen Erhebungsmethoden erklärt werden, die in dieser und in Werthweins Untersuchung verwendet wurden. Ein möglicher Grund könnten aber auch die unterschiedlichen Klassifikationen sein, die bei der Zuordnung der Komplimentantworten herangezogen wurden. Interessant ist aber, dass Katsuta (2012) feststellt, dass Komplimente über persönliches Aussehen von Amerikanern und Japanern überwiegend abgelehnt werden oder ihnen ausgewichen wird. In dieser Arbeit werden diese Komplimente zwar nicht

überwiegend abgelehnt, aber ihnen wird am häufigsten von allen drei Komplimenten ausgewichen bzw. sie werden ignoriert. Komplimente über Besitztümer werden von Katsutas Probanden größtenteils angenommen, solche über Leistungen und Fähigkeiten werden häufig angenommen, was durchaus den Ergebnissen dieser Arbeit entspricht.

Auf Grundlage der Ergebnisse der vorliegenden Arbeit konnten einige Erkenntnisse über den Einfluss der drei Komplimentthemen auf die Wahl der Komplimenterwiderungsstrategie unabhängig von dem Geschlecht oder der Sprachgemeinschaft gewonnen werden, die als eine Vergleichsbasis für weitere Untersuchungen dienen können. Komplimente über Leistungen und Fähigkeiten werden, wie an anderer Stelle erwähnt, am häufigsten angenommen. Dieses Ergebnis stimmt mit demjenigen von Tang/Zhang (2009) überein, die feststellen, dass die präferierte Komplimenterwiderungsstrategie ihrer chinesischen Probanden bei Komplimenten über Fähigkeiten und solchen über Aussehen *Accepting* ist. Am häufigsten werden in beiden Sprachgemeinschaften Komplimente über Besitzgegenstände zurückgewiesen. Der Ausdruck von Freude kommt hauptsächlich beim Komplimentthema „Leistungen/Fähigkeiten“ vor. Das Zurückgeben sowie das Ignorieren der Komplimente finden beim Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“ Verwendung. Des Weiteren können die Strategien „Anbieten“ und „Aufmuntern/Ermutigen“ mit Besitzkomplimenten in Zusammenhang gebracht werden.

8.3 Status

Diese Arbeit befasste sich außerdem mit der Frage, ob der soziale Status der Interaktanten sich auf die Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien auswirkt, wie bereits Wolfson (1989) angedeutet hat. Dabei wurde zunächst die Auswirkung des Status einerseits im Zusammenhang mit dem Geschlecht des Komplimentgebers und -empfängers³⁶³ und andererseits in Verbindung mit der jeweiligen Sprachgemeinschaft untersucht. Unter den zwei folgenden Punkten werden die relevanten Ergebnisse zusammenfassend dargestellt und diskutiert.

³⁶³ Auch hier wird auf die Darstellung der Ergebnisse differenziert nach dem Geschlecht und der jeweiligen Sprachgemeinschaft verzichtet, um unnötige Wiederholungen zu vermeiden. Die wichtigsten Erkenntnisse dieser Analyse fließen jedoch in die folgenden Punkte mit ein.

8.3.1 Status und Geschlecht

Die Berechnung der Chi-Quadrat-Werte in den drei Statuskonstellationen bezüglich der geschlechtsspezifischen Unterschiede in der Distribution der Hauptstrategien unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers ergab lediglich im Zusammenhang mit einem gleichen Status ein signifikantes Ergebnis.³⁶⁴ Das signifikante Ergebnis zeigte, dass in dieser Statuskonstellation ($x=y$) Frauen Komplimente häufiger als Männer annehmen, während Männer diese häufiger ablehnen, ignorieren oder ihnen häufiger ausweichen. In der Statuskonstellation mit einem höheren Status des Komplimentempfängers wurden Komplimente ebenfalls mehr von den weiblichen als von den männlichen Probanden angenommen. Bei einem niedrigeren Status des Komplimentempfängers und einem höheren des Komplimentgebers waren die geschlechtsspezifischen Differenzen kaum von Bedeutung.

Geschlechterunterschiede beim Gebrauch der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN³⁶⁵ ergaben sich, wie erwähnt, im Zusammenhang mit einem gleichen Status der Interaktanten sowie mit einem höheren Status des Komplimentempfängers. Bei einem niedrigeren Status des Komplimentempfängers ($x < y$) fand diese Hauptstrategie am häufigsten Verwendung, und zwar unter beiden Geschlechtern zu gleichen Teilen. Hinsichtlich des ABLEHNENS lässt sich sagen, dass in allen drei Statuskonstellationen Männer mehr als Frauen Komplimente ablehnen. Allerdings ist bei einem gleichen Status ihre Ablehnungsrate am höchsten, und zwar gegenüber weiblichen Komplimentgebern.

Des Weiteren muss erwähnt werden, dass der Chi-Quadrat-Test in Bezug auf geschlechtsspezifische Unterschiede in der Distribution der Hauptstrategien bei den drei Statuskonstellationen nur bei einem gleichen Status der Interaktanten, aufgeteilt nach dem Geschlecht des Komplimentgebers, ein signifikantes Ergebnis zeigte. Dieses weist darauf hin, dass in dieser Statuskonstellation weibliche Komplimentgeber häufiger das ABLEHNEN der Komplimente bewirken, während männliche Komplimentgeber häufiger den Einsatz der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN sowie der Strategie „Ignorieren“ auslösen. Der Einfluss des Geschlechts des Komplimentgebers ist trotz der nicht signifikanten Ergebnisse bei einem höheren Status des Komplimentempfängers am deutlichsten zu beobachten: Es zeigte

³⁶⁴ Ebenso bei einem gleichen Status der Interaktanten wurden sowohl in den deutschen als auch in den bulgarischen Daten mittels Chi-Quadrat-Tests signifikante Ergebnisse in Bezug auf geschlechtsspezifische Unterschiede in der Verteilung der Hauptstrategien ermittelt. Bei einem höheren Status des Komplimentempfängers waren die Chi-Quadrat-Werte lediglich im bulgarischen Datenkorpus signifikant (vgl. hierzu Kap. 7.3.1 und 7.3.2).

³⁶⁵ Inklusive der Strategie „Ignorieren“ bei einem gleichen Status der Interaktanten.

sich, dass Frauen mit einem höheren Status Komplimente wesentlich mehr annehmen, wenn sie diese von Männern mit einem niedrigeren Status bekommen. Knapp et al. (1984: 25) und Holmes (1988) führen aus, dass es problematisch sein kann, Höherstehenden Komplimente zu machen, da diese sehr häufig eine negative Interpretation als Schmeicheleien erfahren können. Es scheint aber einfacher zu sein, höherstehenden Frauen als höherstehenden Männern Komplimente zu machen, da laut Holmes (1988) Frauen im Gegensatz zu Männern als weniger bedrohende Komplimentempfänger betrachtet werden und deshalb häufiger Komplimente erhalten (vgl. dazu Kap. 4.4.3). Dies könnte das häufigere ANNEHMEN der Komplimente seitens der Frauen mit einem höheren Status erklären, aber auch die Feststellung von Trömel-Plötz (1992, zit. nach Holmes 1995: 136), dass Frauen im Unterschied zu Männern kein Bedürfnis verspüren, Statusdifferenzen hervorzuheben, weil sie der Solidarität einen hohen Wert beimessen.

Im Folgenden wird darauf eingegangen, welche geschlechtsspezifischen Besonderheiten sich im Zusammenhang mit dem Status bei der Distribution der einzelnen Komplimenterwiderungsstrategien ergeben haben. Die häufigste Strategie für Männer und Frauen in allen Statuskonstellationen ist das Danken, mit Ausnahme der männlichen Probanden bei einem gleichen Status, die Komplimenten am häufigsten zugestimmt haben. Das Danken kann hier als Routineformel gesehen werden, die vor allem bei Statusunterschieden eine wichtige Bedeutung für die harmonische Beziehung zwischen den Interaktanten hat. Eine Zustimmung als Komplimentantwort unter Gleichgestellten gefährdet weniger das *face* des Komplimentgebers, als dies bei ungleichem Status der Fall gewesen wäre. Aus diesem Grund ist der Einsatz dieser Strategie bei einem gleichen Status der Interaktanten trotz des Verstoßens gegen die Erwartung der Selbstlobvermeidung nicht unbedingt als arrogant zu sehen, sondern kann vielmehr mit Selbstbewusstsein in Verbindung gebracht werden. Die männlichen Probanden in den Konstellationen mit einem ungleichen Status bedienen sich am zweithäufigsten der Strategie „A-Erklären“, und zwar mehr als doppelt so häufig wie ihre weiblichen Pendants. Die Strategie „A-Erklären“ kann als indirektes Eigenlob betrachtet werden, das Männer anscheinend häufiger als Frauen betreiben. Der Ausdruck von Freude findet überwiegend bei ungleichem Status der Interaktionspartner Verwendung, wobei Frauen mit einem höheren Status ihre Freude mehr als Männer ausdrücken. Gegenkomplimente finden vorwiegend unter Gleichgestellten Verwendung und werden bevorzugt von den männlichen Probanden eingesetzt. Interessant ist aber, dass Komplimentempfänger mit einem höheren Status als dem des Komplimentgebers keine Komplimente zurückgeben. Bei den männlichen Probanden könnte das daran liegen, dass für

Männer die Hervorhebung von Statusdifferenzen wichtig ist und sie deshalb auf Gegenkomplimente verzichten.

Auffallend bei der Distribution der Unterstrategien aus dem AUSWEICH-Bereich ist, dass „Zweifeln“ die häufigste Strategie der weiblichen Komplimentempfänger mit einem niedrigeren Status ist. Dieses Ergebnis deutet darauf hin, dass Frauen mit einem niedrigeren Status als dem des Komplimentgebers durch ihre Zweifel entweder ihre Unsicherheit über die Aufrichtigkeit des Kompliments ausdrücken oder sich eine Wiederholung des Kompliments seitens des Komplimentgebers erwünschen. Im ersteren Fall könnte das Zweifeln einerseits durch die Bescheidenheitsmaxime von Leech (1983) motiviert sein, andererseits aber auch ein Indiz für mangelndes Selbstbewusstsein darstellen (vgl. Ruhi 2006). Wenn Letzteres zutrifft, dann wird es eher als falsche Bescheidenheit (*fake modesty*) wahrgenommen. Holmes (1986) und Chen (1993) sehen in dieser Strategie eine Möglichkeit der Zustimmung und gleichzeitiger Selbstlobvermeidung. Die häufigste AUSWEICHSTRATEGIE in den restlichen Probandengruppen und in allen Statuskonstellationen ist „Ausweichen-Erklären“. „Scherzen“ stellt sich als eine männereigene Strategie heraus, und zwar überwiegend in den ungleichen Statuskonstellationen. Ihr Einsatz bei ungleichem Status kann vermutlich damit erklärt werden, dass Männer durch die humorvolle Komplimentantwort der möglichen *face*-Bedrohung zu entgehen versuchen, die bei gleichem Status nicht als eine solche wahrgenommen werden würde. Scherze haben bei ungleichen Statuskonstellationen oft eine Ähnlichkeit mit der *praise upgrade*-Kategorie von Herbert (1989), weil sie die im Kompliment geäußerte Bewertung zusätzlich steigern (Situation 3: „Ja, ja, das Beste kommt immer zum Schluss!“, Situation 5: „Ich habe ja auch noch 'ne knackige Frisur!“). Schließlich muss angemerkt werden, dass die Humor-Strategie eher geschlechtsspezifisch als statusspezifisch zu sein scheint, da sie überwiegend von den Männern eingesetzt wird. Eine weitere Besonderheit des Kompromissbereichs ist, dass Angebote gegenüber Komplimentgebern mit einem höheren Status überhaupt nicht vorkommen und dass darüber hinaus weibliche Komplimentgeber ihr Vorkommen mehr auslösen, vor allem bei den männlichen (bulgarischen) Komplimentempfängern. Da Angebote hauptsächlich unter den bulgarischen Probanden vorkommen, wurde der Gebrauch dieser Strategie in Kapitel 8.1 besprochen.

Schließlich muss noch die Strategie „Ignorieren“ erwähnt werden, die nur bei einem gleichen Status der Interaktanten Verwendung findet. In ungleichen Statuskonstellationen kann das Ignorieren der Komplimente mit Unhöflichkeit gleichgesetzt werden und wird deshalb anscheinend vermieden.

8.3.2 Status und Sprachgemeinschaft

Der angewandte Chi-Quadrat-Test hinsichtlich der Distribution der Hauptstrategie ANNEHMEN in Bezug auf Unterschiede in den drei Statuskonstellationen bei den beiden Sprachgemeinschaften ergab einen signifikanten Wert. Dieser könnte daran liegen, dass die bulgarischen Probanden mit einem niedrigeren Status als dem des Komplimentgebers ($x < y$) Komplimente häufiger als die deutschen annehmen, oder daran, dass die deutschen Probanden mit einem höheren Status als dem des Komplimentgebers das häufiger als die bulgarischen tun. Bei einem gleichen Status der Interaktanten sind es ebenso die Bulgaren, die sich häufiger für die ANNAHME der Komplimente entschieden haben.

In Bezug auf die Distribution der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN in den drei Statuskonstellationen bei den Sprachgemeinschaften zeigte der Chi-Quadrat-Test ebenso ein signifikantes Ergebnis. Das könnte daraus resultieren, dass deutsche Probanden bei einem niedrigeren Status des Komplimentempfängers und einem höheren des Komplimentgebers ($x < y$) Komplimenten häufiger ausweichen oder daraus, dass sich in der umgekehrten Statuskonstellation ($x > y$) die Bulgaren häufiger als die Deutschen für die Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN entschieden haben. In Bezug auf die Verteilung dieser Strategie bei einem gleichen Status der Interaktionspartner ist lediglich ein geringer Vorsprung der deutschen Probanden zu beobachten.

Der angewandte Chi-Quadrat-Test in Bezug auf die Beziehung zwischen dem Status und den Sprachgemeinschaften hinsichtlich der Distribution der Hauptstrategie ABLEHNEN zeigte kein signifikantes Ergebnis. Differenzen zwischen den beiden Sprachgemeinschaften bezüglich des ABLEHNENS sind aber bei einem gleichen Status der Interaktanten zu beobachten, wobei sich eine Tendenz zeigt, dass die deutschen Probanden in dieser Statuskonstellation Komplimente mehr als die bulgarischen ablehnen. Die gleiche Tendenz ist auch hinsichtlich der Strategie „Ignorieren“ zu finden.

Das Ergebnis bezüglich der häufigeren Komplimentannahme seitens der bulgarischen Probanden mit einem niedrigeren Status als dem des Komplimentgebers entspricht dem Ergebnis von Gajaseni (1994: 30), die für das amerikanische Englisch und das Thailändische feststellt, dass mehr Komplimente akzeptiert werden, wenn der Komplimentgeber einen höheren Status hat. In dieser Untersuchung kam außerdem heraus, dass Komplimente am häufigsten bei einem gleichen Status der Interaktanten abgelehnt werden, was Gajaseni (1994) ebenso herausgefunden hat. Wolfson (1989) stellte fest, dass amerikanische Komplimentempfänger bei einem gleichen Status der Interaktanten dazu tendieren, Selbstlob

zu vermeiden. In dieser Arbeit zeigte sich die Tendenz, dass bei einem gleichen Status der Interaktanten die deutschen Probanden den Komplimenten unwesentlich häufiger als die bulgarischen ausweichen und somit der Forderung nach Selbstlobvermeidung folgen (vgl. Gajasen 1994: 4). Die Tatsache, dass Komplimente bei einem gleichen Status zudem am häufigsten abgelehnt werden, im Vergleich zu der Ablehnungsrate in den anderen Statuskonstellationen, hängt möglicherweise damit zusammen, dass in dieser Statuskonstellation eine Ablehnung keine so große Verletzung des *face* des Komplimentgebers bewirkt, wie das in den ungleichen Statuskonstellationen der Fall wäre.

Das Zusammenspiel zwischen dem sozialen Status und der Sprachgemeinschaft wirkt sich nicht auf die häufigste Komplimenterwiderungsstrategie aus, da sich Bulgaren und Deutsche unabhängig von der jeweiligen Statuskonstellation am häufigsten bedanken. Differenzen zwischen beiden Sprachgemeinschaften sind bei der Distribution des Dankes im Zusammenhang mit einem ungleichen Status zu beobachten. Während sich bei einem höheren Status des Komplimentempfängers die deutschen Probanden mehr bedanken, sind es bei einem niedrigeren Status die Bulgaren, die dies häufiger tun.

In Bezug auf die einzelnen Strategien können außerdem einige Besonderheiten festgehalten werden. Bulgaren äußern mehr Freude als Deutsche im Zusammenhang mit einem höheren Status des Komplimentempfängers. Gegenkomplimente sind den bulgarischen Probanden eigen und kommen am häufigsten bei einem gleichen Status der Interaktionspartner vor. Bei einem höheren Status des Komplimentempfängers finden sie keine Verwendung, was vermutlich aus der höheren Position des Komplimentempfängers resultiert. Ein Gegenkompliment würde das Gleichgewicht in der Interaktion wiederherstellen, und Höherstehende bezwecken vermutlich mit dem Verzicht auf Gegenkomplimente, die existierende Statusdifferenz hervorzuheben. Erklärungen als Komplimentannahme sind überwiegend bei ungleichem Status und mehr unter den Bulgaren als unter den Deutschen zu finden.

Hinsichtlich der Strategien aus dem AUSWEICH-Bereich ist anzumerken, dass Angebote hauptsächlich bei einem höheren Status des Komplimentempfängers zum Einsatz kommen, und zwar fast ausschließlich unter den bulgarischen Probanden (vgl. zu Angeboten Kap. 8.1). Während scherzhafte Komplimentantworten bei den Bulgaren mehr im Zusammenhang mit einem höheren Status des Komplimentempfängers Verwendung finden, kommen sie bei den Deutschen in Verbindung mit einem niedrigeren Status vor.

Zusammenfassend bezüglich des Status und unabhängig von dem Geschlecht und der Sprachgemeinschaft lässt sich sagen, dass Komplimentempfänger mit einem höheren Status Komplimente am häufigsten annehmen, wohingegen Komplimentempfänger mit einem niedrigeren Status den Komplimenten am häufigsten ausweichen. Bei einem gleichen Status der Interaktanten werden Komplimente am meisten abgelehnt oder ignoriert. Somit widersprechen diese Untersuchungsergebnisse denjenigen von Adachi (2011), die zu dem Ergebnis kommt, dass ein ungleicher Status der Interaktanten zur Annahme oder Ablehnung des Kompliments führt, ein gleicher Status hingegen das Einsetzen der Strategie AUSWEICHEN herbeiführt. Die Unterschiede in den Ergebnissen beider Untersuchungen resultieren möglicherweise zum einen daraus, dass Adachis Probanden Japaner sind, die sich durch ein anderes Komplimenterwiderungsverhalten als Europäer auszeichnen, zum anderen aber auch aus der unterschiedlichen Datenerhebungsmethode. In Bezug auf die einzelnen Unterstrategien lässt sich sagen, dass präferierte Strategien bei einem gleichen Status „Zustimmen“, „Zurückgeben“, „ABL-Erklären“ und „Ignorieren“ sind, bei einem ungleichen hingegen „Sichfreuen“, „A-Erklären“ und „Scherzen“. Darüber hinaus kommt die Strategie „Anbieten“ vorwiegend bei einem höheren Status des Komplimentempfängers vor und die Strategie „Zweifeln“ vor allem bei einem niedrigeren.

8.4 Soziale Distanz

Eine weitere Fragestellung dieser Arbeit setzte sich damit auseinander, ob die soziale Distanz zwischen den Interaktanten sich auf die Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien auswirkt. Dabei wurde der Einfluss der sozialen Distanz sowohl im Zusammenhang mit dem Geschlecht als auch in Verbindung mit der jeweiligen Sprachgemeinschaft betrachtet. Im Folgenden werden zunächst die wichtigsten Ergebnisse bezüglich der Häufigkeit und der Präferenzen beim Einsatz der Komplimenterwiderungsstrategien als Resultat der Wechselwirkung zwischen dem Geschlecht (des Komplimentempfängers und -gebers) und der sozialen Distanz präsentiert. Anschließend werden die Ergebnisse hinsichtlich der Wirkung der sozialen Distanz auf die Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien bei Bulgaren und Deutschen zusammenfassend diskutiert.

8.4.1 Soziale Distanz und Geschlecht

Bezüglich der Unterschiede in der Distribution der Hauptstrategien bei Männern und Frauen in den beiden Beziehungskonstellationen war der berechnete Chi-Quadrat-Wert lediglich in

Verbindung mit einer geringen sozialen Distanz signifikant.³⁶⁶ Das signifikante Ergebnis könnte daran liegen, dass bei einer geringen sozialen Distanz weibliche Komplimentempfänger häufiger als männliche Komplimente annehmen, oder daran, dass männliche Komplimentempfänger Komplimente häufiger ablehnen oder ihnen häufiger ausweichen. Bei einer großen sozialen Distanz waren die berechneten Chi-Quadrat-Werte nicht signifikant, woraus sich schließen lässt, dass sich die Wechselwirkung zwischen dem Geschlecht des Komplimentempfängers und der großen sozialen Distanz nicht bedeutend auf die Wahl der Komplimenterwiderungsstrategie auswirkt. Dasselbe trifft auch auf den Einfluss des Geschlechts des Komplimentgebers zu – auch hier waren die Chi-Quadrat-Werte nicht signifikant.

Der Einfluss der sozialen Distanz auf die Wahl der häufigsten Komplimenterwiderungsstrategie konnte nicht nachgewiesen werden, da sich beide Geschlechter für ein Kompliment am häufigsten bedankt haben, was nicht unbedingt mit der sozialen Distanz in Zusammenhang gebracht werden kann. Unterschiede in der Distribution bezüglich der SD ergaben sich jedoch bei der Strategie „Zustimmen“, für die sich Männer und Frauen viel häufiger bei einer geringen SD als bei einer großen entschieden haben. Das erhöhte Maß an Zustimmungen zum Kompliment bei einer geringen SD lässt sich vermutlich mit der Annahme erklären, dass die Zustimmung, bedingt durch die Nähe zum Komplimentgeber, nicht als arrogant oder als Selbstlob wahrgenommen wird, anders als bei einer großen sozialen Distanz, bei der die Zustimmung zum Kompliment das Gegenteil bewirken könnte. Es zeigt sich außerdem, dass der Ausdruck von Freude über Komplimente in Verbindung mit einer geringen SD häufiger als bei einer großen ist und dass bei der ersteren Beziehungskonstellation Frauen mehr als Männer ihre Freude äußern. Männer und Frauen geben Komplimente häufiger zurück, wenn zwischen ihnen und dem Komplimentgeber eine große SD besteht. Die Rarität von Gegenkomplimenten im Zusammenhang mit der geringen SD kann daran liegen, dass ein Gegenkompliment die Bemühungen des Komplimentgebers verringern würde, dem Komplimentempfänger ein schönes Gefühl zu vermitteln und sein *positive face* durch das Kompliment aufzuwerten (vgl. dazu auch Mironovschi 2009: 129), und dies unter sich Nahestehenden aus diesem Grund nicht gemacht wird. Das frequente Vorkommen von Gegenkomplimenten bei einer großen SD lässt sich vermutlich damit erklären, dass die Interaktanten durch das Zurückgeben des Kompliments vermeiden wollen, in der Schuld des

³⁶⁶ Die berechneten Chi-Quadrat-Werte bei einer geringen sozialen Distanz innerhalb der bulgarischen und der deutschen Gruppe in Bezug auf geschlechtsspezifische Unterschiede in der Distribution der Hauptstrategien waren ebenso signifikant (vgl. ausführlicher hierzu Kap. 7.4.1).

Komplimentgebers zu stehen, vor allem in den Situationen, in denen beide Gesprächsteilnehmer einen ungleichen sozialen Status haben.

In den Interaktionen, in denen sich die Gesprächspartner nahestehen, weichen Männer häufiger als Frauen Komplimenten aus. Bei einer großen SD ist kaum ein Unterschied beim Einsatz der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN zwischen beiden Geschlechtern zu beobachten.³⁶⁷ Auffällig im AUSWEICH-Bereich bei einer geringen sozialen Distanz ist der frequente Gebrauch von Scherzen seitens der Männer. Laut Pomerantz (1978) können Scherze unter (engen) Freunden als eine Möglichkeit der Selbstlobvermeidung gesehen werden. Da Scherze von Brown/Levinson (1987) zu den positiven Höflichkeitsstrategien gezählt werden, können sie als Zeichen der Zugehörigkeit zu einer *in-group* gelten. In Verbindung mit einer großen SD können humorvolle Komplimentantworten jedoch dazu dienen, Verlegenheit auszudrücken, vor allem dann, wenn Komplimentgeber und -empfänger statusungleich sind. Des Weiteren setzen Männer bei einer geringen SD mehr als Frauen ausweichende Erklärungen ein.

Komplimente werden häufiger abgelehnt, wenn sich die Interaktionspartner nahestehen, wobei die männlichen Probanden dies häufiger als die weiblichen tun. Bei einer großen SD kommen Ablehnungen weniger vor und bei ihrem Einsatz ist kaum ein Unterschied zwischen beiden Geschlechtern zu verzeichnen. Die häufigste männliche ABLEHNUNGSSTRATEGIE in beiden Beziehungskonstellationen ist „Herabsetzen“, die bei einer geringen SD doppelt so häufig wie bei einer großen Verwendung findet. Darüber hinaus ignorieren Männer Komplimente häufiger als Frauen, vor allem dann, wenn die Distanz zwischen den Interaktionspartnern groß und der Komplimentgeber männlich ist. Das ist vor allem in den deutschen Daten deutlich zu beobachten.

8.4.2 Soziale Distanz und Sprachgemeinschaft

Der angewandte Chi-Quadrat-Test bezüglich des Zusammenhangs zwischen der sozialen Distanz und der Sprachgemeinschaft ergab lediglich in Verbindung mit einer geringen sozialen Distanz ein signifikantes Ergebnis. Aus diesem geht hervor, dass bei geringer SD die bulgarischen Probanden häufiger als ihre Pendants Komplimente annehmen; im Gegensatz dazu lehnen die deutschen Probanden Komplimente häufiger als die Bulgaren ab oder weichen ihnen häufiger aus. Der frequente Gebrauch der Hauptstrategie ABLENKEN/AUSWEICHEN

³⁶⁷ Ein geschlechtsspezifischer Unterschied lässt sich nur erkennen, wenn die Strategie „Ignorieren“ zu den AUSWEICHSTRATEGIEN hinzugerechnet wird.

seitens der deutschen Probanden entspricht somit dem Ergebnis von Werthwein, das besagt, dass deutsche Probanden eher zu AUSWEICHSTRATEGIEN greifen, wenn sie auf Komplimente von Freunden reagieren (Werthwein 2009: 209f.). Trotz der nicht signifikanten Ergebnisse in Verbindung mit einer großen SD zeigt sich erneut eine Tendenz, wonach die Bulgaren bei dieser Beziehungskonstellation Komplimente häufiger als die Deutschen annehmen.

Aus den Ergebnissen dieser Untersuchung geht außerdem hervor, dass der Dank die häufigste Komplimenterwiderungsstrategie der Bulgaren und die zweithäufigste der Deutschen bei einer geringen SD ist, da die deutschen Probanden in dieser Beziehungskonstellation den Komplimenten am häufigsten zustimmen. Bei einer großen SD kommt das Bedanken jedoch in beiden Sprachgemeinschaften am häufigsten zum Einsatz. Laut Herbert (1990: 211) sollte die Strategie „Sichbedanken“ auf Grund ihrer formelhaften Natur unter engen Bekannten selten vorkommen. Sosa Mayor (2006: 151) weist ebenso darauf hin, dass der Einsatz von Dankesformeln kulturell variieren kann, z.B. wären sie im Hindi zwischen Ehepartnern und Freunden nicht angebracht, weil sie ein gestörtes Verhältnis andeuten würden. Der häufige Einsatz des Dankes bei der geringen SD in dieser Untersuchung könnte einerseits aus der Erhebungsmethode resultieren. Bei einer schriftlichen Erhebungsmethode ist die in der Situationsbeschreibung angegebene soziale Distanz von den Probanden vermutlich schwieriger nachzuempfinden. Andererseits könnten die diesbezüglich vorliegenden Ergebnisse aber auch in den unterschiedlichen Interpretationen von „geringer“ und „großer“ Distanz in beiden Kulturen begründet sein (vgl. dazu Kap 4.4.4; Spencer-Oatey 1996).

Interessant ist ebenfalls, dass in beiden Sprachgemeinschaften Komplimenten bei einer geringen SD viel häufiger als bei einer großen zugestimmt wird, vor allem von den deutschen Probanden. Da Zustimmungen eindeutig keine selbstlobvermeidenden Strategien sind und auch gegen die Bescheidenheitsmaxime von Leech (1983) verstoßen, kann ihre häufigere Verwendung bei einer geringen SD mit der *bulge*-Theorie von Wolfson (1989: 129ff.) erklärt werden, die besagt, dass Höflichkeit in Beziehungen mit engen Vertrauten und Fremden abnimmt. Im Gegensatz dazu wird die größte Höflichkeit in Beziehungen mit nicht engen Vertrauten investiert. In Beziehungskonstellationen mit einer geringen SD werden Zustimmungen folglich nicht als arrogant interpretiert, da diese Beziehungen festgelegter sind und zu große Höflichkeit eher als irritierend, übertrieben und störend empfunden werden kann. Die Arbeit von Golato (2005: 196) bestätigt ebenso die erhöhte Verwendung von Zustimmungen in ihren deutschen Daten, welche die Autorin auf die freundschaftliche Beziehungskonstellation zwischen den Interaktionspartnern zurückführt (vgl. auch Werthwein 2009: 209). Das häufigere Äußern von Freude unter einander nahestehenden Interaktanten ist

möglicherweise damit zu erklären, dass man Gefühle und Emotionen in engen Beziehungen viel häufiger preisgibt als in Interaktionen mit Nicht-Vertrauten. Es zeigt sich zudem, dass die Bulgaren doppelt so häufig wie die Deutschen ihre Freude über die erhaltenen Komplimente ausdrücken. Die bulgarischen Probanden sind auch diejenigen, die bei einer großen sozialen Distanz Komplimente wesentlich mehr als die deutschen zurückgeben, wohingegen diese Strategie bei einer geringen SD selten vorkommt. Die Unterschiede beim Einsatz der Strategie „Zurückgeben“ scheinen außerdem eher sprach- als geschlechtsspezifisch zu sein. Auch in Kombination mit einem Dank sind Gegenkomplimente in der bulgarischen Gruppe häufiger als in der deutschen vorzufinden, obwohl die Unterschiede zwischen beiden Sprachgemeinschaften nicht so gravierend sind. Eine große soziale Distanz in Interaktionen impliziert mehr Beziehungsarbeit in Form von Gegenkomplimenten als verbalen Geschenken, die ihrerseits dazu beitragen, die Balance in der Interaktion wiederherzustellen, die durch das Kompliment gefährdet wurde.

Die deutschen Probanden bedienen sich bei einer geringen SD häufiger als die bulgarischen der Strategien aus dem Kompromissbereich. Dieses Ergebnis könnte im Zusammenhang mit jenem von Wolfson (1989: 116) gesehen werden, die herausgefunden hat, dass die Wahl der Selbstlobvermeidungsstrategien in der amerikanischen Gesellschaft in erster Linie bei engen Freunden (*intimates*)³⁶⁸ und flüchtigen Freunden (*casual friends*) vorkommt. Die Tatsache, dass die Bulgaren häufiger als die Deutschen Angebote als Komplimentantworten gebrauchen, um damit den Komplimenten auszuweichen, hängt nicht unbedingt mit der Beziehungskonstellation zwischen den Interaktanten zusammen, sondern ist im Allgemeinen eine Besonderheit der bulgarischen Komplimentantworten in dieser Untersuchung. Humorvolle Antworten auf Komplimente sind bei einer geringen SD üblicher als bei einer großen und haben mehr mit dem Geschlecht als mit der Sprachgemeinschaft zu tun (vgl. dazu Kap. 8.3.1). Interessant im Kompromissbereich ist außerdem die häufigere Verwendung von ausweichenden Erklärungen seitens der deutschen Probanden in Verbindung mit einer geringen SD, wohingegen diese Strategie bei einer großen SD in beiden Sprachgemeinschaften selten vorkommt. Der frequente Einsatz der Strategie „Ausweichen-Erklären“ ist vermutlich durch den Wunsch der deutschen Probanden nach Selbstlobvermeidung motiviert.

Die ABLEHNUNGSSTRATEGIEN finden mehr im Zusammenhang mit einer geringen als mit einer großen SD Verwendung und werden häufiger von den deutschen als von den bulgarischen

³⁶⁸ Enge Freunde können als Personen betrachtet werden, zwischen denen eine geringe soziale Distanz besteht.

Probanden eingesetzt. Bei einer geringen Distanz brauchen die Komplimentempfänger nicht zu fürchten, dass sie das Gesicht des Komplimentgebers verletzen werden, weil die Beziehung zwischen ihnen etablierter ist, womit sich das häufigere ABLEHNEN bei dieser Beziehungskonstellation erklären lässt. Zu erwähnen ist noch, dass Bulgaren und Deutsche Komplimente fast zu gleichen Teilen ignorieren, und zwar lediglich im Zusammenhang mit einer großen SD.

Es lässt sich hinsichtlich der sozialen Distanz festhalten, dass alle drei Hauptstrategien bei einer geringen SD (-SD) häufiger als bei einer großen vorkommen. In Bezug auf die Distribution einzelnen Unterstrategien ist zu beobachten, dass die Strategien „Zustimmen“, „Sichfreuen“, „Scherzen“, „Ausweichen-Erklären“ und „ABL-Erklären“ häufiger im Zusammenhang mit einer geringen SD vorkommen. Im Gegensatz dazu treten die Strategien „Zurückgeben“, „Anbieten“, „Zweifeln“ und „Ignorieren“ bei einer großen SD häufiger auf.

8.5 Geschlechtsspezifische Besonderheiten

Es wurde bereits an anderer Stelle erwähnt, dass die gewonnenen Ergebnisse bezüglich der geschlechtsspezifischen Besonderheiten auf Grund der geringen Probandenzahlen keine Generalisierbarkeit anstreben, sondern lediglich Tendenzen in Bezug auf das Komplimenterwiderungsverhalten beider Geschlechter aufzeigen wollen, die als Ausgangspunkt bzw. als Vergleichsbasis für weitere Forschungsarbeiten dienen können. Unter den vorausgehenden Punkten wurden die geschlechtsspezifischen Besonderheiten im Zusammenhang mit den drei Komplimentthemen, dem Status und der sozialen Distanz beleuchtet. In diesem Kapitel wird das geschlechtsspezifische Komplimenterwiderungsverhalten zusammenfassend betrachtet.

In Bezug auf geschlechtsspezifische Differenzen in der Distribution der drei Hauptstrategien wurde mittels eines Chi-Quadrat-Tests ein signifikanter Wert ermittelt.³⁶⁹ Wie in Kapitel der Datenauswertung ausgeführt, könnte das signifikante Ergebnis daran liegen, dass Frauen Komplimente häufiger als Männer annehmen, oder daran, dass Männer Komplimente häufiger ablehnen oder ihnen häufiger ausweichen bzw. sie ignorieren. Dieses Ergebnis könnte somit dem Ergebnis von Adachi (2011: 245) entsprechen, dass Komplimente signifikant häufiger von weiblichen Komplimentempfängern als von männlichen angenommen werden. Es steht aber

³⁶⁹ Die Berechnung des Chi-Quadrat-Werts bezüglich der Distribution der Hauptstrategien bei Männern und Frauen, aufgeteilt nach dem Geschlecht des Komplimentempfängers, ergab auch innerhalb der jeweiligen Sprachgemeinschaft ein signifikantes Ergebnis (vgl. hierzu Kap. 7.5.4 und 7.5.5).

im Gegensatz zu den Ergebnissen von Holmes (1988) und Werthwein (2009), die den Einfluss des Geschlechts zwar bestätigen, aber in ihren Daten keine signifikanten geschlechtsspezifischen Unterschiede beim Gebrauch der drei Hauptstrategien finden. Die Diskrepanz zwischen den Untersuchungsergebnissen kann als Folge der unterschiedlichen Datenerhebungsmethoden gesehen werden, aber sie kann auch mit den unterschiedlichen Klassifikationen für die Zuordnung der einzelnen Komplimentantworten erklärt werden, die einen hundertprozentigen Ergebnisvergleich nicht gewährleisten können. Weitere Untersuchungen zum geschlechtsspezifischen Komplimenterwiderungsverhalten bestätigen eindeutig das Ergebnis, dass Frauen mehr Komplimente annehmen als Männer (vgl. Mironovschi 2009: 129; Yousefvand 2010: 91; Cai 2012: 547). Mironovschi (2009: 129) findet z.B. heraus, dass die Akzeptanz des Kompliments sowohl bei den russischen als auch bei den deutschen Frauen höher als bei den Männern der beiden Gruppen ist. Cai (2012: 547) untersucht chinesische Probanden und stellt fest, dass Frauen dazu tendieren, Komplimente zu akzeptieren, während Männer sich den Komplimentantworten eher entziehen, was durchaus den Ergebnissen dieser Untersuchung entspricht. Ein häufigeres ANNEHMEN der Komplimente seitens der Frauen sowie ein häufigeres ABLEHNEN seitens der Männer ist auch das Ergebnis von Yousefvand (2010: 91) in ihrer Untersuchung über das persische Komplimenterwiderungsverhalten.

Hinsichtlich des ABLEHNENS zeigten die Ergebnisse von Werthwein (2009), dass australische sowie deutsche Männer Komplimente häufiger als Frauen ablehnen, wenn sie diese von Frauen erhalten. Es kann also festgehalten werden, dass trotz der nicht signifikanten Ergebnisse in den aufgezählten Untersuchungen hinsichtlich geschlechtsspezifischer Unterschiede beim Einsatz der drei Hauptstrategien es immer die Frauen sind, die sich für die Komplimentannahme häufiger als die Männer entscheiden. Dieses Ergebnis zeigt, dass Frauen durch das ANNEHMEN der Komplimente die gemeinsame Basis zwischen sich und dem Komplimentgeber aufrechterhalten und gleichzeitig die Solidarität im Sinne der positiven Höflichkeit nach der Theorie von Brown/Levinson (1987) betonen (vgl. Tannen 1998). Im Rahmen von Leechs Modell (1983) kann festgehalten werden, dass sich Frauen bei ihren Komplimentreaktionen häufiger als die Männer an der Zustimmung- sowie an der Anerkennungs-, Takt- und Sympathiemaxime orientieren.

In dieser Untersuchung wurde auch das Geschlecht des Komplimentgebers berücksichtigt, jedoch ergab der angewandte Chi-Quadrat-Test keine signifikanten Ergebnisse bezüglich Unterschiede in der Distribution der Hauptstrategien. Folglich konnte die Feststellung Herberts (1990: 212), dass der männliche Komplimentgeber ein besserer Prädiktor für die

Komplimentannahme sei, nicht bestätigt werden. Dies bedeutet jedoch nicht, dass das Geschlecht des Komplimentgebers keinen Einfluss auf die Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien ausübt, da dieser vor allem bei einzelnen Strategien (z.B. „Anbieten“, „Sichfreuen“), aber auch im Zusammenhang mit den Komplimentthemen zu erkennen war. Es bedarf aber zusätzlicher Untersuchungen, um diesen Einfluss genauer zu untersuchen.

Hinsichtlich der Distribution der einzelnen Strategien zeigte sich, dass die häufigste Komplimenterwiderungsstrategie beider Geschlechter das Bedanken ist³⁷⁰, und somit die Wiederherstellung der Balance zwischen den Gesprächspartnern. Herbert (vgl. 1990: 212f.) stellte fest, dass Komplimente von Männern am ehesten mit einem Dank akzeptiert werden, besonders von weiblichen Komplimentempfängern. Dieses Ergebnis konnte in dieser Arbeit nicht bestätigt werden, da sich beide Geschlechter fast gleich häufig bedankt haben. Wie im Kapitel der Datenauswertung erwähnt, können im Rahmen dieser Arbeit die Strategien „A-Erklären“, „Scherzen“, „Nichtzustimmen“ und „Herabsetzen“ als „männertypische“ Komplimenterwiderungsstrategien genannt werden. Die Strategie „Scherzen“ wurde von Nixdorf (2002: 92) ebenfalls als „eher dem männlichen Sprachverhalten“ eigen bezeichnet. Es muss jedoch angemerkt werden, dass die Präferenz dieser Strategie seitens der Männer vor allem im Zusammenhang mit dem Komplimentthema „Leistungen und Fähigkeiten“ deutlich erkennbar ist. „Erklären“ wird von Nixdorf (2002: 92) als frauentypische Strategie bezeichnet. In dieser Untersuchung sind Erklärungen, unabhängig davon, ob es sich um annehmende, ausweichende oder ablehnende Erklärungen handelt, eher eine von den Männern präferierte Strategie, obwohl sie von den Frauen auch häufig eingesetzt werden. Die Tatsache, dass die Strategie „Aufmuntern/Ermutigen“ mehr bei den Frauen als bei den Männern zum Einsatz kam und ausschließlich gegenüber männlichen Komplimentgebern eingesetzt wurde, könnte wahrscheinlich mit der unterstützenden Funktion, die Frauen mittels Sprache ausdrücken, in Verbindung gebracht werden sowie damit, dass Frauen sich im Gespräch mehr auf die Beziehungsebene konzentrieren (vgl. Tannen 1998: 153).

Die Ergebnisse bezüglich der geschlechtsspezifischen Unterschiede zeigten auch, dass noch weitere Strategien häufiger von den Männern als von den Frauen eingesetzt wurden, wie z.B. die ANNAHMESTRATEGIE „Zurückgeben“ sowie die Strategie „Anbieten“ aus dem AUSWEICH-

³⁷⁰ Es muss hier aber angemerkt werden, dass sich die männlichen Probanden beim Komplimentthema „Besitz“ am häufigsten für eine Zustimmung entschieden haben, was eine Bestätigung dafür ist, dass die Komplimentantwort ein Ergebnis des Zusammenspiels mehrerer Faktoren ist.

Bereich. Mit einem Gegenkompliment tragen die Männer zu einem harmonischen Ausgleich in der Interaktion bei, da sie durch das Zurückgeben des Kompliments für die Aufwertung des *positive face* des Komplimentgebers sorgen. Die Mehrzahl der Gegenkomplimente war jedoch im Zusammenhang mit dem Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“ (vor allem in Situation 1) zu finden. Die Strategie „Anbieten“ scheint außerdem typischer für die bulgarischen als für die deutschen Probanden zu sein und kann somit viel mehr als kultur- als als geschlechtsspezifisch betrachtet werden (vgl. dazu Kap. 8.1). Herbert (1990: 216) lässt die Strategie *request interpretation*³⁷¹ außerhalb der Klassifikation und kommt zu dem Ergebnis, dass diese Strategie in der gleichgeschlechtlichen Männergruppe am gebräuchlichsten sei, obwohl sich die Unterschiede in ihrer Vorkommenshäufigkeit als nicht signifikant erwiesen haben. In dieser Arbeit zeigte sich beim Einsatz der Strategie „Anbieten“ eher eine Präferenz für weibliche Komplimentgeber. Vor allem bulgarische Männer haben ein „Mitnahme-Angebot“ im Zusammenhang mit dem Kompliment über das neue Auto (Situation 6) häufiger gegenüber einer Frau als gegenüber einem Mann geäußert.

Die Datenauswertung zeigte, dass Männer häufiger als Frauen zu AUSWEICHSTRATEGIEN greifen, wenn sie auf Komplimente antworten. Eine männliche Präferenz für Er widerungsstrategien aus dem Kompromissbereich ist bei Holmes (1988) und Cai (2012: 547) ebenfalls zu finden. Im Gegensatz dazu steht die Feststellung von Werthwein (2009: 231), dass Frauen häufiger als Männer Strategien aus dem Kompromissbereich wählen.

In einem Punkt besteht jedoch in allen Untersuchungen Einigkeit: Männer lehnen Komplimente häufiger als Frauen ab. Auch diese Arbeit bestätigt, dass das ABLEHNEN den männlichen Probanden eigen ist und somit die Strategien aus dem ABLEHNUNGs-Bereich. Die häufigste männliche ABLEHNUNGSTRATEGIE ist „Herabsetzen“. Yousefvand (2010: 91) findet ebenfalls heraus, dass persische Männer Komplimente ablehnen, indem sie das Kompliment in irgendeiner Art und Weise herunterspielen. Die Strategie „Nichtzustimmen“ wird lediglich in Verbindung mit Komplimenten über das Äußere und ausschließlich von den Männern gebraucht. Wie im Zusammenhang mit den Komplimentthemen erwähnt wurde, werden am häufigsten Komplimente über Besitztümer abgelehnt, und zwar am häufigsten von den (deutschen) Männern.

Komplimente wurden häufiger von den Männern als von den Frauen ignoriert. Herbert (1990) kommt zu dem Ergebnis, dass Männer häufiger Komplimente ignorieren, wenn sie diese von

³⁷¹ Bei Herbert (1986) wird die Strategie „Anbieten“ als *request interpretation* bezeichnet (vgl. Kapitel 4.3.2).

anderen Männern bekommen. In dieser Untersuchung kam die Strategie „Ignorieren“ ebenfalls am häufigsten bei den Männern vor, und zwar beim Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“ (vgl. dazu Kap. 8.2.1). Es zeigte sich außerdem, dass diese Untersuchung dem Ergebnis von Holmes (1986, 1988) entspricht, dass Männer viel häufiger als Frauen Komplimente ignorieren oder ihnen ausweichen. Die Annahme von Holmes (1988), dass die Gründe für das häufigere AUSWEICHEN bzw. Ignorieren der Komplimente seitens der Männer in ihrer Wahrnehmung der Komplimente als *face threatening acts* liegen könnten, kann durchaus auch für diese Arbeit als plausible Erklärung für das den Komplimenten AUSWEICHEN gelten, vor allem in Bezug auf das Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“ (Kompliment über das jüngere Aussehen). Was das Ignorieren der Komplimente betrifft, so wurden die möglichen Gründe für das Einsetzen dieser Strategie in Kapitel 8.2.1 genannt.

Im Gegensatz zu der Fülle von Komplimenterwiderungsstrategien, für die sich die männlichen Probanden häufiger als die weiblichen entschieden haben, um auf die Komplimente zu antworten, konnte keine Strategie eindeutig als „frauentypisch“ identifiziert werden. Es zeigte sich jedoch ein häufiges Vorkommen der Strategie „Sichfreuen“ bei den weiblichen Probanden im Zusammenhang mit dem Komplimentthema „Leistungen/Fähigkeiten“ (vgl. dazu Kap. 8.2.1). Nixdorf (2002: 93) stellte auch fest, dass der Ausdruck von Freude eher mit dem weiblichen Kommunikationsverhalten im Zusammenhang steht. Eine weitere von Nixdorf als „frauentypisch“ bezeichnete Strategie ist das „Zweifeln“. In dieser Untersuchung bedienen sich die Frauen dieser Strategie ebenfalls mehr als die Männer. Aus den Daten dieser Untersuchung geht außerdem hervor, dass das weibliche Komplimenterwiderungsverhalten sich mit einem hohen Vorkommen von kombinierten ANNAHMESTRATEGIEN im Vergleich zu ihrem Einsatz unter den Männern auszeichnet. Dieses Ergebnis hängt vermutlich mit der Länge der Komplimentäußerung zusammen. Während Männer sich für einzelne Strategien entscheiden und eher kürzere Antworten formulieren, greifen Frauen zu Kombinationen aus zwei bzw. drei ANNAHMESTRATEGIEN und somit zu längeren Komplimenterwiderungen.³⁷²

³⁷² Da die Länge der Komplimentantworten in dieser Arbeit nicht untersucht wurde, kann das lediglich als eine Annahme gelten, die weiterer Untersuchung bedarf.

9. Ausblick

Diese Untersuchung hat versucht, die Forschungslücke im Bereich der kontrastiven linguistischen Pragmatik im Hinblick auf den Sprechakt „Komplimenterwiderungen“ für das Sprachenpaar Bulgarisch – Deutsch zu schließen. Die Ergebnisse haben gezeigt, dass beide Sprachgemeinschaften ein ähnliches Komplimenterwiderungsverhalten zeigen und eine Vielzahl an Strategien verwenden, wenn sie auf Komplimente antworten. Wegen des weitgehend ähnlichen Verhaltens der beiden Gruppen sind keine gravierenden Probleme in interkulturellen Begegnungssituationen zu erwarten, sodass eine systematische Suche nach *critical incidents* bei Komplimenterwiderungen wohl nicht nötig ist. Auf Grund des recht ähnlichen Komplimenterwiderungsverhaltens, das in keiner der untersuchten Situationen grundsätzliche Unterschiede bei Deutschen und Bulgaren zeigt, ist es auch nicht sinnvoll, erhebliche Differenzen in beiden Kommunikationskulturen zu postulieren und zu versuchen, dafür Ursachen zu ermitteln. Möglicherweise liegt die Ähnlichkeit der erhobenen Antworten bei den beiden Gruppen daran, dass Situationen gewählt wurden, die wenig Konfliktpotenzial haben.

Die Arbeit setzte sich lediglich mit Antworten auf angemessene Komplimente auseinander, unangemessene Komplimente wurden z.B. nicht berücksichtigt und könnten als Forschungsgegenstand weiterer Arbeiten dienen. Ferner wurden die Komplimentantworten lediglich unter studentischen Probanden untersucht. Die Berücksichtigung anderer Altersgruppen wäre ebenfalls von Interesse, um den Einfluss des Alters auf die Komplimentreaktionen zu untersuchen. Schließlich könnten bulgarische Deutschlerner³⁷³ in die Untersuchung einbezogen werden, um den möglichen Transfer von Komplimenterwiderungsstrategien aus der Muttersprache zu erforschen.

³⁷³ Deutsche Bulgarischlerner dürften eher eine Seltenheit sein.

Literaturverzeichnis

- ADACHI, CHIE, 2011. *A Sociolinguistic Investigation of Compliments and Compliment Responses among Young Japanese*. Thesis submitted for the degree of Doctor of Philosophy. <http://hdl.handle.net/1842/5535> (letzter Zugriff: 21.12.2012).
- ADAMZIK, KIRSTEN, 1984. *Sprachliches Handeln und sozialer Kontakt. Zur Integration der Kategorie ‚Beziehungsaspekt‘ in eine sprechakttheoretische Beschreibung des Deutschen*. Tübingen: Narr.
- ADAMZIK, KIRSTEN, ²2004. *Sprache: Wege zum Verstehen*. Tübingen/Basel: Francke.
- ALBERT, RUTH, 2009. Höflichkeitskonventionen im interkulturellen Vergleich. In: Jieping, Fan/Yuan, Li (Hrsg.). *Deutsch als Fremdsprache aus internationaler Perspektive. Neuere Trends und Tendenzen*. München: iudicium, 311-318.
- ALBERT, RUTH/MARX, NICOLE, 2010. *Empirisches Arbeiten in Linguistik und Sprachlehrforschung. Anleitung zu quantitativen Studien von der Planungsphase bis zum Forschungsbericht*. Tübingen: Narr.
- AL-FALASI, HESSA, 2007. Just say „Thank you“: A study of Compliment Responses. In: *The Linguistics Journal* 2/1, 28-42.
- AUER, PETER, 1999. *Sprachliche Interaktion. Eine Einführung anhand von 22 Klassikern*. Tübingen: Niemeyer.
- AUSTIN, JOHN L., ²1979. *Zur Theorie der Sprechakte (How to do things with Words)*. Dt. Bearbeitung von Eike von Savigny. Stuttgart: Reclam.
- AUSTIN, JOHN L., ²1985. *Zur Theorie der Sprechakte (How to do things with Words)*. Dt. Bearbeitung von Eike von Savigny. Stuttgart: Reclam (=Reclam Universal Bibliothek 9396[3]).
- AUSTIN, JOHN L., ²2000. Performative und konstatierende Äußerung. In: Hoffmann, Ludger (Hrsg.). *Sprachwissenschaft. Ein Reader*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 132-141.
- AYASS, RUTH, 2008. *Kommunikation und Geschlecht. Eine Einführung*. Stuttgart: W. Kohlhammer Verlag.
- AYASS, RUTH, 2013. Versachlicht oder veraltet: Positive Moralisierungen in alltäglichen und institutionellen Kontexten. In: Bergmann, Jörg/Luckmann, Thomas (Hrsg.).

Kommunikative Konstruktion von Moral. Bd. 2: *Von der Moral zu den Moralen*. Verlag für Gesprächsforschung: Opladen/Wiesbaden, 289-327.

- BARRON, ANNE, 2003. *Acquisition in Interlanguage pragmatics. Learning how to do things with words in a study abroad context*. Amsterdam: John Benjamins.
- BEEBE, LESLIE M./GUMMINGS, MARTHA CLARK, 1985. *Speech act performance: A function of data collection procedure*. Paper presented at the TESOL Sociolinguistics Colloquium, New York.
- BEEBE, LESLIE M./GUMMINGS, MARTHA CLARK, 1996. Natural speech act data versus written questionnaire data: How data collection method affects speech act performance. In: Gass, Susan M./Neu, Joyce (Hrsg.). *Speech acts across cultures. Challenges to communication in a second language*. Berlin u.a.: Mouton de Gruyter, 65-86.
- BEEBE, LESLIE M./TAKAHASHI, TOMOKO/ULISS-WELTZ, 1990. Pragmatic transfer in ESL Refusals. In: Scarcella, Robin/Andersen, Elaine S./Krashen, Stephen D. (Hrsg.). *Developing communicative competence in a second language*. New York: Newbury, 55-73.
- BEETZ, MANFRED, 2002. Die Höfliche Antwort in der vormodernen Konversationskultur. In: Felderer, Brigitte/Macho, Thomas (Hrsg.). *Höflichkeit. Aktualität und Genese von Umgangsformen*. München: Wilhelm Fink Verlag, 70-91.
- BEHNAM, BIOOK/AMIZADEH, NILOUFAR, 2011. A Comparative Study of the Compliments and Compliment Responses between English and Persian TV Interviews. In: *The Southeast Asian Journal of English Language Studies* 17/1, 65-78.
- BLIESENER, THOMAS/BRONS-ALBERT, RUTH, 1994. *Rollenspiele in Kommunikations- und Verhaltenstrainings*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- BLUM-KULKA, SHOSHANA, 1990. You don't touch lettuce with your fingers: Parental Politeness in Family Discourse. In: *Journal of Pragmatics* 14, 259-288.
- BLUM-KULKA, SHOSHANA, 2002. Fragen der Anwendung und Vergleichbarkeit von Höflichkeit im familialen Diskurs. Eine interkulturelle Betrachtung. In: Felderer, Brigitte/Macho, Thomas (Hrsg.). *Höflichkeit. Aktualität und Genese von Umgangsformen*. München: Wilhelm Fink Verlag, 237-252.
- BLUM-KULKA, SHOSHANA/HOUSE, JULIANE/KASPER, GABRIELE (Hrsg.), 1989. *Cross cultural pragmatics: Request and Apologies*. Norwood/New Jersey: Ablex.

- BLUM-KULKA, SHOSHANA/OLSHTAIN, ELITE, 1984. Requests and Apologies: A Cross-Cultural Study of Speech Act Realization Patterns (CCSARP). In: *Applied Linguistics* 5/3, 196-213.
- BOLTON, SHARON, 1994. *Influence of Gender on Compliment Exchange in American English*. <http://eric.ed.gov/?id=ED368195> (letzter Zugriff 18.01.2014)
- BOUCHARA, ABDELAZIZ, 2002. *Höflichkeitsformen in der Interaktion zwischen Deutschen und Arabern. Ein Beitrag zur interkulturellen Kommunikation*. Tübingen: Niemeyer.
- BOUCHARA, ABDELAZIZ, 2008. Höflichkeit als interkulturelles Verständigungsproblem: Eine kontrastive Überlegung zu einigen Kommunikationsmustern im Arabischen und Deutschen. In: *Zielsprache Deutsch* 35/2, 25-43.
- BOXER, DIANA, 1993. Social distance and speech behavior: The case of indirect complains. In: *Journal of Pragmatics* 19, 103-125.
- BRAUN, FRIEDERIKE, 2004. Reden Frauen anders? Entwicklungen und Positionen in der linguistischen Geschlechterforschung. In: Eichhoff-Cyrus, Karin M. (Hrsg.). *Adam, Eva und die Sprache. Beiträge zur Geschlechterforschung*. Mannheim u.a: Duden Verlag, 9-26 (=Thema Deutsch, Band 5).
- BREHMER, BERNHARD, 2009. *Höflichkeit zwischen Konvention und Kreativität. Eine pragmlinguistische Analyse von Dankesformeln im Russischen*. München: Otto Sagner.
- BREHMER, BERNHARD, 2009a. Höflichkeit. In: Kempgen, Sebastian et al. (Hrsg.). *Die slavischen Sprachen. Ein internationales Handbuch zu ihrer Struktur, ihrer Geschichte und ihrer Erforschung*. Berlin: Walter de Gruyter, 1047-1054 (=HSK, Band 32).
- BROWN, PENELOPE, 1991. Sind Frauen höflicher? Befunde aus einer Maya-Gemeinde. In: Günthner, Susanne/Kotthoff, Helga (Hrsg.). *Von fremden Stimmen. Weibliches und männliches Sprechen im Kulturvergleich*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 101-129.
- BROWN, PENELOPE/LEVINSON, STEVEN C., 2007. Gesichtsbedrohende Akte. In: Herrmann, Steffen K./Krämer, Sybille/Kuch, Hannes (Hrsg.). *Verletzende Worte. Die Grammatik sprachlicher Missachtung*. Bielefeld: transkript, 59-88.
- BROWN, ROGER/GILMAN, ALBERT, 1977. Die Pronomen der Macht und Solidarität. In: Wenzel, Ursula/Hartig, Matthias (Hrsg.). *Sprache – Persönlichkeit – Sozialstruktur*. Hamburg: Hoffmann und Campe.
- BUBLITZ, WOLFRAM, 2011. „Da lob ich mir die Höflichkeit. Ein Gang auf das weite Feld der linguistischen Pragmatik“. In: Lejsková, Alena/Valdrová, Jana (Hrsg.). *Die Grammatik, Semantik und Pragmatik des Wortes. Ihre Erforschung und Vermittlung*. Augsburg:

- Wißner, 14-54 (=Budweiser Arbeiten zur Germanistik in Unterricht und Forschung, Band 1).
- BUBLITZ, WOLFRAM, ²2009. *Englische Pragmatik. Eine Einführung*. Berlin: Erich Schmidt.
- CAI, YING, 2012. A Study on Compliment Response Strategies by Chinese College Students. In: *Journal of Teaching and Research* 3/3, 543-549.
- CHEN, RONG, 1993. Responding to compliments. A contrastive study of politeness strategies between American English and Chinese speakers. In: *Journal of Pragmatics* 20, 49-75.
- CHEN, RONG, 2010. Compliment and compliment response research: A cross-cultural survey. In: Trosborg, Anna (Hrsg.). *Pragmatics across languages and cultures*. Berlin u.a.: Mouton de Gruyter, 79-101.
- CHEN, RONG/YANG, DAFU, 2010. Responding to compliments in Chinese: Has it changed? In: *Journal of Pragmatics* 42, 1951–1963.
- CHENG, STEPHANIE WEIJUNG, 2005. *An exploratory cross-sectional study of interlanguage pragmatic development of expressions of gratitude by Chinese learners of English*. <http://ir.uiowa.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1289&context=etd> (letzter Zugriff: 23.07.2012).
- CHERUBIM, DIETER, 2011. Höflichkeitskonstruktionen. In: *Der Deutschunterricht* 11, 2-12.
- CHO, YONGKIL, 2005. *Grammatik und Höflichkeit im Sprachvergleich. Direktive Handlungsspiele des Bittens, Aufforderns und Anweisens im Deutschen und Koreanischen*. Tübingen: Niemeyer. (=Beiträge zur Dialogforschung, Band 32)
- CHO, YONGKIL, 2007. Refusals and Politeness in directive action games. Cultural differences between Korean and German. In: Grein, Marion/Weigand, Edda, (Hrsg.). *Dialogue and Culture*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 191-212.
- CHOU, YEN-LIN, 2004. Compliments: Integrating Cultural Values into Oral English Classes. In: *The Internet TESL Journal* 10/12 (<http://iteslj.org/Techniques/Chou-Compliments.html>, letzter Zugriff 20.12.2012).
- COATES, JENNIFER, 2007. Gender. In: Llamas, Carmen et al. (Hrsg.). *The Routledge Companion to Sociolinguistics*. London u.a.: Routledge, 62-68.
- COULMAS, FLORIAN, 1981. *Routine im Gespräch. Zur pragmatischen Fundierung der Idiomatik*. Wiesbaden: Akademische Verlagsgesellschaft Athenaion.
- COULMAS, FLORIAN, ³2001. *Die Deutschen schreien*. Reinbek: Rowohlt.

- DAUSENDSCHÖN-GAY, ULRICH, 2001. Rituale und Höflichkeit. In: Iványi, Zsuzsanna/Kertész, András (Hrsg.). *Gesprächsforschung. Tendenzen und Perspektiven*. Frankfurt am Main u.a.: Lang, 17-42.
- DAVIS, BRIALLEN, 2008. „Ah, excuse me... I like your shirt“: An examination of compliment responses across gender by Australians. In: *Griffith Working Papers in Pragmatics and Intercultural Communication* 1/2, 76-87.
- DING, YINGCHUN/FLUCK, HANS-R., 2001. Höflichkeitsprinzipien im Chinesischen und im Deutschen. In: Lüger, Heinz-Helmut (Hrsg.). *Höflichkeitsstile*. Frankfurt am Main u.a.: Lang, 91-110.
- DUFON, MARGARET A./KASPER, GABRIELE/TAKAHASHI, SATOMI et al., 1994. Bibliography on linguistic politeness. In: *Journal of Pragmatics* 21/5, 527-578.
- DUTTLINGER, CLAUDIA, 1999. *Komplimente im Spanischen*. Freiburg (Breisgau): Hochschul-Verlag.
- EHLER, KARIN, 1996. *Konversation. Höfische Gesprächskultur als Modell für den Fremdsprachenunterricht*. München: ludicium.
- EHRHARDT, CLAUS, 2002. *Beziehungsgestaltung und Rationalität. Eine linguistische Theorie der Höflichkeit*. Trieste: Ed. Parnaso.
- EHRHARDT, CLAUS, 2011. Höflichkeitsbegriffe – am Beispiel von Höflichkeit und Höflichkeitsbewusstsein in Internetforen. In: Ehrhardt, Claus/Neuland, Eva/Yamashita, Hitoshi (Hrsg.). *Sprachliche Höflichkeit zwischen Etikette und kommunikativer Kompetenz*. Frankfurt am Main: Lang, 27-44.
- EHRHARDT, CLAUS, 2011a. Unhöflichkeit in TV-Talkshows? In: *Der Deutschunterricht* 63/2, 23-32.
- EHRHARDT, CLAUS/HERINGER, HANS JÜRGEN. 2011. *Pragmatik*. Paderborn: W. Fink.
- EHRHARDT, CLAUS/NEULAND, EVA (Hrsg.), 2009. *Sprachliche Höflichkeit in interkultureller Kommunikation und im DaF-Unterricht*. Frankfurt am Main: Lang (=Sprache, Kommunikation, Kultur, Band7).
- EHRHARDT, CLAUS/NEULAND, EVA/YAMASHITA, HITOSHI (Hrsg.), 2011. Sprachliche Höflichkeit zwischen Etikette und kommunikativer Kompetenz: Zur Einführung. In: Ehrhardt, Claus/Neuland, Eva/Yamashita, Hitoshi (Hrsg.). *Sprachliche Höflichkeit zwischen Etikette und kommunikativer Kompetenz*. Frankfurt am Main: Lang, 9-23.

- EHRHARDT, CLAUS/NEULAND, EVA/YAMASHITA, HITOSHI (Hrsg.), 2011. *Sprachliche Höflichkeit zwischen Etikette und kommunikativer Kompetenz*. Frankfurt am Main: Lang.
- EIGLER, FRIEDERIKE, 2002. *Frauen und Männer im Gespräch. Eine empirische Untersuchung des Kommunikationsverhaltens von nordamerikanischen Studentinnen und Studenten*. Marburg: Tectum.
- ERNDL, RUDOLF, 1998. *Höflichkeit im Deutschen. Konzeption zur Integration einer zentralen Gesprächskompetenz im Deutsch als Fremdsprache-Unterricht*. Regensburg: Fachverband Deutsch als Fremdsprache [=Materialien Deutsch als Fremdsprache, Band 49].
- FARGHAL, MOHAMMED/AL-KHATIB, MAHMOUD A. 2001. Jordanian college students' responses to compliments: A pilot study. In: *Journal of Pragmatics* 33, 1485-1502.
- FARGHAL, MOHAMMED/HAGGAN, MADELINE, 2006. Compliment Behaviour in Bilingual Kuwaiti College Students. In: *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism* 9/1, 94-118.
- FIDANCHEVA, IVA, 2013. *Die verletzende Macht der Höflichkeit*. Paderborn: Schöningh.
- FRANK, BIRGIT, 2011. *Aufforderungen im Französischen. Ein Beitrag zur Geschichte sprachlicher Höflichkeit*. Berlin/New York: Walter de Gruyter.
- FRASER, BRUCE, 1990. Perspectives on politeness. In: *Journal of Pragmatics* 14, 219-236.
- FRASER, BRUCE, 2001. The Form and Function of Politeness in Conversation. In: Brinker, Klaus/Antos, Gerd/Heinemann, Wolfgang/Sager, Sven F. (Hrsg.). *Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung*. Zweiter Teilbd.: *Gesprächslinguistik*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 1406-1425.
- FUKASAWA, EMI, 2011. Compliment Responses and Study Abroad. In: *Sophia Junior College Faculty Journal* Vol. 31, 35-50.
- GAJASENI, CHANSONGKLOD, 1994. *How Americans and Thais respond to compliments*. Paper presented at the Annual Meeting of the International Conference on Pragmatics and Language Learning. Urbana, IL, USA. March 31-April 2.
- GASS, SUSAN M./HOUCK, NOËL, 1999. *Interlanguage Refusals*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter.
- GENKOVA, PETIA, 2003. *Individualismus/Kollektivismus und hilfreiches Verhalten. Interkultureller Vergleich zwischen Bulgarien und Deutschland*. Frankfurt: Lang.

- GENKOVA, PETIA, 2012. *Kulturvergleichende Psychologie. Ein Forschungsleitfaden*. Wiesbaden: Springer (e-book).
- GOFFMAN, ERVING, 1986. *Interaktionsrituale. Über Verhalten in direkter Kommunikation*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- GOLATO, ANDREA, 2002. German compliment responses. In: *Journal of Pragmatics* 34, 547-571.
- GOLATO, ANDREA, 2003. Studying compliment responses: A Comparison of DCTs and Recordings of Naturally Occurring Talk. In: *Applied Linguistics* 24/1, 90-121.
- GOLATO, ANDREA, 2005. *Compliments and Compliment Responses. Grammatical structure and sequential organization*. Amsterdam/Philadelphia: Benjamins.
- GRÄSSEL, ULRIKE, 1991. *Sprachverhalten und Geschlecht. Eine empirische Studie zu geschlechtsspezifischem Sprachverhalten in Fernsehdiskussionen*. Pfaffenweiler: Centaurus Verlag.
- GREIN, MARION, 2007. *Kommunikative Grammatik im Sprachvergleich. Die Sprechaktsequenz Direktiv und Ablehnung im Deutschen und Japanischen*. Tübingen: Niemeyer.
- GREIN, MARION, 2008. Der Sprechakt des Kompliments im interkulturellen Vergleich. In: *iada.online.series*, vol. 1. Dialogue in and between Different Cultures, 15-32. http://www.uni-muenster.de/Ling/iada/download/iada.online.series_volume01.pdf (letzter Zugriff 5.08.2012).
- GRICE, HERBERT PAUL, 1975. Logic and Conversation. In: Cole, Peter/Morgan, Jerry L. (Hrsg.). *Syntax and semantics*. Vol. 3: Speech acts. New York: Academic Press, 41-58.
- GRICE, HERBERT PAUL, ²2000. Logik und Konversation. In: Hoffmann, Ludger (Hrsg.). *Sprachwissenschaft. Ein Reader*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 163-182.
- GRUNDY, PETER, 2000. *Doing pragmatics*. London: Arnold.
- GRZEGA, JOACHIM, 2010. Kulturpragmatische Gemeinsamkeiten in den Sprachen Europas (Umriss). In: Hinrichs, Uwe (Hrsg.). *Handbuch der Eurolinguistik*. Wiesbaden: Harrassowitz Verlag, 739-751.
- GÜNTHER, SUSANNE, 1992. Sprache und Geschlecht: Ist Kommunikation zwischen Frauen und Männer interkulturelle Kommunikation? In: *Linguistische Berichte* 138, 123-143.

- GÜNTNER, SUSANNE, 2001. Höflichkeitspraktiken in der interkulturellen Kommunikation – am Beispiel chinesisch-deutscher Interaktionen. In: Lüger, Heinz-Helmut (Hrsg.). *Höflichkeitsstile*. Frankfurt am Main u.a.: Lang, 295-313.
- GÜNTNER, SUSANNE/KOTTHOFF, HELGA (Hrsg.), 1991. *Von fremden Stimmen. Weibliches und männliches Sprechen im Kulturvergleich*. Frankfurt am Main: Suhrkamp (=es, Band 1721).
- HAAS, HELENE, 2009. Übersetzungsprobleme in der interkulturellen Befragung. In: *Interculture Journal* 8/10, 61-77. <http://www.interculture-journal.com/index.php/icj/issue/view/21> (letzter Zugriff am 16.11.2013).
- HAERLAND, HARALD/PAUL, INGWER, 1996. Eine Theorie der Höflichkeit. In: *Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie* 52, 7-69.
- HAN, CHUNG-HYE, 1992. A comparative study of compliment responses: Korean females in Korean interactions and in English interactions. In: *WPJL* 8/2, 17-26. http://www.wpel.net/v8/v8n2_han.pdf (letzter Zugriff am 07.03.2011).
- HANDSCHUH, CORINNA/WOHLGEMUTH, JAN, 2006. Höflichkeitsoptimalität. In: Gehling, Thomas/Voss, Viola/Wohlgemuth, Jan (Hrsg.). *Einblicke in Sprache. Festschrift für Clemens-Peter Herbermann zum 65. Geburtstag*. Berlin: Logos, 207-225.
- HELD, GUDRUN, 1995. *Verbale Höflichkeit: Studien zur linguistischen Theoriebildung und empirische Untersuchung zum Sprachverhalten französischer und italienischer Jugendlicher in Bitt- und Dankessituationen*. Tübingen: Narr.
- HELD, GUDRUN, ²2008. Höflichkeit. In: Kolboom, Ingo/Kotschi, Thomas/Reichel, Edward (Hrsg.). *Handbuch Französisch. Sprache – Literatur – Kultur – Gesellschaft. Für Studium, Lehre, Praxis*. Berlin: Schmidt, 367-374.
- HENNE, HELMUT/REHBOCK, HELMUT ⁴2011. *Einführung in die Gesprächsanalyse*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter.
- HERBERT, ROBERT K., 1986. Say „Thank you“ – or something. In: *American Speech* 61/1, 76-88.
- HERBERT, ROBERT K., 1989. The ethnography of English compliments and compliment responses: a contrastive sketch. In: Olesky, Wieslaw (Hrsg.). *Contrastive Pragmatics*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- HERBERT, ROBERT K., 1990. Sex-based differences in compliment behavior. In: *Language in Society* 19, 201-224.

- HERBERT, ROBERT K., 1991. The sociology of compliment work: An ethnocontrastive study of Polish and English Compliments. In: *Multilingua* 10/4, 381–402.
- HERBERT, ROBERT K./STRAIGHT, STEPHEN H., 1989. Compliment-Rejection versus Compliment-Avoidance: Listener-based versus Speaker-based Pragmatic Strategies. In: *Language & Communication* 9/1, 35-47.
- HINDELANG, GÖTZ, ⁵2010. *Einführung in die Sprechakttheorie. Sprechakte, Äußerungsformen, Sprechaktsequenzen*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter. (=Germanistische Arbeitshefte, Band 27).
- HOFFMANN, LUDGER (Hrsg.), ²2000. *Sprachwissenschaft. Ein Reader*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter.
- HOFSTEDE, GEERT/HOFSTEDE, GERT JAN, ³2006. *Lokales Denken, globales Handeln. Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management*. München: dtv.
- HOLLY, WERNER, 2001. *Einführung in die Pragmalinguistik*. Berlin u.a.: Langenscheidt (=Germanistische Fernstudieneinheit, Band 3).
- HOLLY, WERNER, 2001a. Beziehungsmanagement und Imagearbeit. In: Brinker, Klaus et al. (Hrsg.). *An International Handbook of Contemporary Research /Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 1382-1393.
- HOLMES, JANET, 1986. Compliments and Compliment Responses in New Zealand English. In: *Anthropological Linguistics* 28/4, 485-508.
- HOLMES, JANET, 1988. Paying Compliments: A sex-preferential politeness strategy. In: *Journal of pragmatics* 12, 445-465.
- HOLMES, JANET, 1993. New Zealand women are good to talk to: An analysis of politeness strategies in interaction. In: *Journal of pragmatics* 20, 91-116.
- HOLMES, JANET, 1995. *Women, Men and Politeness*. London u.a.: Longman.
- HOLMES, JANET, 2007. Reading B: The Role of compliments in female – male interaction. In: Maybin, Janet (Hrsg.). *Using English*. Abingdon: Routledge, 36-41.
- HOLMES, JANET, ²2011. Complimenting – A Positive Politeness Strategy. In: Coates, Jennifer/Pichler, Pia (Hrsg.). *Language and Gender: A Reader*. Chichester u.a.: Wiley-Blackwell, 71-88.

- HOLMES, JANET/BROWN, DOROTHY F., 1987. Teacher and Students Learning about Compliments. In: *TESOL Quarterly (Teachers of English to speakers of other languages)* 21, 523-546.
- HOPPMANN, MICHAEL, 2008. Pragmatische Aspekte in der Kommunikation: Höflichkeit und Ritualisierung. In: Fix, Ulla et al. (Hrsg.). *Rhetorik und Stilistik*. Teilband. 1. Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 826-836.
- HOUSE, JULIANE, 1994. Kontrastive Pragmatik und interkulturelles Lernen: von metapragmatischem Wissen zu kommunikativem Handeln. In: Bausch, Karl-Richard/Christ, Herbert/Krumm, Hans-Jürgen (Hrsg.). *Interkulturelles Lernen im Fremdsprachenunterricht. Arbeitspapiere der 14. Frühjahrskonferenz zur Erforschung des Fremdsprachenunterrichts*. Tübingen: Narr, 85-92.
- HOUSE, JULIANE, 1996. Zum Erwerb interkultureller Kompetenz im Unterricht des Deutschen als Fremdsprache. In: *Zeitschrift für Interkulturellen Fremdsprachenunterricht* 1/3 <http://zif.spz.tu-darmstadt.de/jg-01-3/beitrag/house.htm> (letzter Zugriff 18.12.2013).
- HUANG, Yan, 2007. *Pragmatics*. New York: Oxford University Press.
- JAWORSKI, ADAM, 1995. „This is not an empty compliment!“ Polish compliments and the expression of solidarity. In: *International Journal of applied linguistics* 5/1, 63-94.
- JUCKER, ANDREAS H., 2009. Speech act research between armchair, field and laboratory. The case of compliments. In: *Journal of Pragmatics* 41, 1611-1635.
- KASPER, GABRIELE, 1993. Interkulturelle Pragmatik und Fremdsprachenlernen. In: Timm, Johannes-Peter/Vollmer, Helmut Johannes (Hrsg.). *Kontroversen in der Fremdsprachenforschung*. Bochum: Brockmeyer, 41-77.
- KASPER, GABRIELE, 1998. Datenerhebungsverfahren in der Lernaltersprachenpragmatik. In: *Zeitschrift für Fremdsprachenforschung* 9/1, 85-118.
- KASPER, GABRIELE, 2008. Data Collection in Pragmatics Research. In: Spencer-Oatey, Helen (Hrsg.). *Culturally Speaking. Culture, Communication and Politeness Theory*. London u.a.: Continuum International Publishing Group, 279-303.
- KASPER, GABRIELE, 2009. Politeness. In: D'hondt, Sigurd/Östman, Jan-Ola/Verschueren, Jef (Hrsg.). *The Pragmatics of Interaction*. Amsterdam u. a.: Benjamins, 157-173. (=HoPH, Band 4).

- KATSUTA, HIROKO, 2012. *The Role of Compliment Topics in Compliment response*. Master thesis. http://pdxscholar.library.pdx.edu/open_access_etds/466/ (letzter Zugriff 24.01.20140).
- KELLER, RUDI, 1995. *Zeichentheorie. Zu einer Theorie semiotischen Wissens*. Tübingen: Francke, 102-112.
- KIESENDAHL, JANA, 2011. *Status und Kommunikation. Ein Vergleich von Sprechhandlungen in universitären E-Mails und Sprechstundengesprächen*. Berlin: Erich Schmidt, 41-45.
- KNAPP, MARK L./HOPPER, ROBERT/BELL, ROBERT A., 1984. Compliments: A Descriptive Taxonomy. In: *Journal of Communication* 34/4, 12-31.
- KOTOROVA, ELIZAVETA, 2011. Indirekte Sprechakte als höfliche Äußerungsformen: sprechaktklassenspezifische Unterschiede. In: Ehrhardt, Claus/Neuland, Eva/Yamashita, Hitoshi (Hrsg.). *Sprachliche Höflichkeit zwischen Etikette und kommunikativer Kompetenz*. Frankfurt am Main: Lang, 77-91.
- KOTTHOFF, HELGA, 2002. Humor und (Un)höflichkeit. Über konversationelle Beziehungspolitik. In: Felderer, Brigitte/Macho, Thomas (Hrsg.). *Höflichkeit. Aktualität und Genese von Umgangsformen*. München: Wilhelm Fink Verlag, 289-318.
- KOTTHOFF, HELGA, 2003. Aspekte der Höflichkeit im Vergleich der Kulturen. In: *Muttersprache* 4/2003, 289-306.
- KUCKARTZ, UDO et. al., 2010. *Statistik. Eine verständliche Einführung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- KUSSMAUL, PAUL (Hrsg.), 1980. *Sprechakttheorie. Ein Reader*. Wiesbaden: Athenaion.
- LABOV, WILLIAM 1972. *Sociolinguistic Patterns*. Oxford/England: Basil Blackwell.
- LAKOFF, ROBIN, 1973. The logic of politeness: Or, minding your p's and q's". In: *Papers from the Ninth Regional Meeting of the Chicago Linguistic Society*. Chicago: University of Chicago Press, 292-305.
- LAKOFF, ROBIN, 1973a. Language and Women's Place. In: *Language and Society* 2/1, 45-80.
- LEECH, GEOFFREY, 1983. *Principles of Pragmatics*. London: Longman.
- LEECH, GEOFFREY, 2005. Politeness: Is there an East-West Divide? In: *Journal of Foreign Languages* 6, 167-206.
- LEVINSON, STEPHEN C., 2000. *Pragmatik*. Neu übersetzt von Martina Wiese. Tübingen: Niemeyer.

- LEWANDOWSKA-TOMASCZYK, BARBARA, 1989. Praising and complimenting. In: Oleksy, Wieslaw (Hrsg.). *Contrastive Pragmatics*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 73-100.
- LIANG, YONG, 1992. Höflichkeit als interkulturelles Verständigungsproblem. Eine kontrastive Analyse Deutsch/Chinesisch zum kommunikativen Verhalten in Alltag und Wissenschaftsbetrieb. In: *Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache* 18, 65-86.
- LIANG, YONG, 2003. Zur linguistischen Pragmatik des Chinesischen als Fremdsprache. In: *Chun* 18, 17-38. http://www.fachverband-chinesisch.de/sites/default/files/chun/CHUN_2003_Zur_linguistischen_Pragmatik_des_Chinesischen_als_Fremdsprache.pdf (letzter Zugriff 28.02.2010)
- LIEDTKE, HORST, 2004. Höflichkeit und Interkulturalität. In: Busch, Albert/Stenschke, Oliver (Hrsg.). *Wissenstransfer und gesellschaftliche Kommunikation*. Festschrift für Sigurd Wichter zum 60. Geburtstag. Frankfurt am Main u.a.: Lang, 185-196.
- LINKE, ANGELIKA/NUSSBAUMER, MARKUS/ PORTMANN, PAUL R., ⁵2004. *Studienbuch Linguistik*. Tübingen: Niemeyer, 193-232.
- LOCHER, MIRIAM A./WATTS, RICHARD J., 2005. Politeness theory and relational work. In: *Journal of Politeness Research* 1, 9-33.
- LORENZO-DUS, NURIA, 2001. Compliment responses among British and Spanish university students. *Journal of Pragmatics* 33, 107-127.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT, 1991. Indirektheit und Höflichkeit: Ein landeskundliches Thema? In: *Beiträge zur Fremdsprachenvermittlung* 22, 93-115.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT (Hrsg.), 2001. *Höflichkeitsstile*. Frankfurt am Main u.a.: Lang.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT, 2001. Höflichkeit und Höflichkeitsstile. In: Lüger, Heinz-Helmut (Hrsg.). *Höflichkeitsstile*. Frankfurt am Main u.a.: Lang, 3-23.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT, 2003. *Routinen und Rituale in der Alltagskommunikation*. Berlin u.a.: Langenscheidt. (=Fernstudieneinheit 6).
- LÜGER, HEINZ-HELMUT, 2011. Höflichkeitsstile im Vergleich. In: *Der Deutschunterricht* 11, 13-22.
- MANES, JOAN 1983. Compliments. A Mirror of Cultural Values. In: Wolfson, Nessa/Judd, Elizabeth (Hrsg.). *Sociolinguistics and Language Acquisition*. Rowley u.a.: Newbury House Publishers, 96-102.

- MANES, JOAN/WOLFSON, NESSA, 1981. The Compliment Formula. In: Coulmas, Florian (Hrsg.). *Conversational Routine. Explorations in Standardized Communication Situations and Prepatterned Speech*. The Hague u.a.: Mouton de Gruyter, 115-132.
- MARTEN-CLEEF, Susanne, 1991. *Gefühle ausdrücken. Die expressiven Sprechakte*. Göppingen: Kümmerle Verlag (=Göppinger Arbeiten zur Germanistik, Band 559).
- MEIBAUER, JÖRG, 1999. *Pragmatik. Eine Einführung*. Tübingen: Stauffenburg.
- MEIBAUER, JÖRG, ²2001. *Pragmatik. Eine Einführung*. Tübingen: Stauffenburg.
- MEIBAUER, JÖRG et. al., ²2007. *Einführung in die germanistische Linguistik*. Stuttgart/Weimar: J.B. Metzler, 210-252.
- METZGER, SANDRA, 2004. *Politeness in English and Mexican Spanish – Focus on Refusals and Compliment Responses*. (e-book)
- MEYER, KATRIN, 2007. *Interkulturelle Pragmatik: Aufforderungen, Entschuldigungen und Beschwerden. Eine Untersuchung zur interkulturellen Sprachhandlungskompetenz deutscher Austauschschüler in den USA*. <http://ediss.sub.uni-hamburg.de/volltexte/2007/3341/> (letzter Zugriff 25.11.2012).
- MILINKOVIC, TIHANA, 2010. Compliments on Possessions in Australian English. In: *Griffith Working Papers in Pragmatics and Intercultural Communication* 3/2, 83-94.
- MILLS, SARA, 2003. *Gender and Politeness*. Cambridge: Cambridge University Press.
- MIRONOVSKI, LILIA, 2009. *Komplimente und Komplimenterwiderungen im Russischen und im Deutschen. Ein interkultureller Vergleich*. Frankfurt am Main: Lang.
- MULO FARENKIA, BERNARD, 2004. *Kontrastive Pragmatik der Komplimente und Komplimenterwiderungen Kamerunisch-Deutsch*. Aachen: Shaker Verlag.
- MULO FARENKIA, BERNARD, 2005. Kreativität und Formelhaftigkeit in der Realisierung von Komplimenten: Ein deutsch-kamerunischer Vergleich. In: *Linguistik online* 22, 1 http://www.linguistik-online.de/22_05/mulo.html (letzter Zugriff 16.03.12).
- MULO FARENKIA, BERNARD, 2006. *Beziehungskommunikation mit Komplimenten. Ethnographische und gesprächsanalytische Untersuchungen im deutschen und kamerunischen Sprach- und Kulturraum*. Frankfurt am Main: Lang.
- MUSTAPHA, ABOLAJI SAMUEL, 2011. Compliment response patterns among speakers of Nigerian English. In: *Journal of Pragmatics* 43, 1335-1348.

- MUSTAPHA, ABOLAJI SAMUEL, 2012. A functional approach to identifying a compliment data. In: *Rice Working Papers in Linguistics* 3, 1-15.
- NELSON, GAYLE L. et al., 2002. Cross-Cultural Pragmatics: Strategy Use in Egyptian Arabic and American English Refusals. In: *Applied Linguistics* 23/2, 163-189.
- NELSON, GAYLE L./AL-BATAL, MAHMOUD/ECHOLS, ERIN, 1996. Arabic and English compliment responses: Potential for pragmatic failure. In: *Applied Linguistics* 17, 411-432.
- NEULAND, EVA, 2011. Kompliment, Kompliment! Formen des Komplimentierens im interkulturellen Vergleich. In: Ehrhardt, Claus/Neuland, Eva/ Yamashita, Hitoshi (Hrsg.). *Sprachliche Höflichkeit zwischen Etikette und kommunikativer Kompetenz*. Frankfurt am Main u.a.: Lang, 129-146.
- NICOLAYSEN, SÜNJE, 2007. *Das Kompliment als Höflichkeitsstrategie. Ein Vergleich am Beispiel des Schwedischen und des amerikanischen Englischen*. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller.
- NIXDORF, NINA, 2002. *Höflichkeit im Englischen, Deutschen, Russischen. Ein interkultureller Vergleich am Beispiel von Ablehnungen und Komplimenterwiderungen*. Marburg: Tectum.
- NURANI, LUSIA M., 2009. Methodological issue in pragmatic research: Is discourse completion test a reliable data collection instrument? In: *Jurnal Sosioteknologi* 17/8, 667-678. <http://www.fsrđ.itb.ac.id/wp-content/uploads/6bulus-deal.pdf> (letzter Zugriff: 23.07.2012).
- OGIERMANN, EVA/SASSENROTH, DENISE, 2012. Statistics in Contrastive Pragmatics. In: Ruiz de Zarobe, Leyre/Ruiz de Zarobe, Yolanda (Hrsg.). *Speech Acts and Politeness across Languages and Cultures*. Bern u.a.: Lang, 369-398. (=Linguistic Insights, Band 132).
- PANTELEEVA, CHRISTINA, 1994. *Gramatika na veshlivata rech.* (Grammatik der höflichen Rede). Sofia: Nauka I iskustvo.
- PARISI, CHRISTOPHER/WOGAN, PETER, 2006. Compliment Topics and Gender. In: *Women and Language* 29/2, 21-28.
- PAYNE, SOPHIE, 2013. Compliment Responses of Female German and Italian University Students: A Contrastive Study. In: *Language Studies working papers* 5, 22-31.
- POMERANTZ, ANITA, 1978. Compliment responses. Notes on the co-operation of multiple constraints. In: Schenkein, Jim (Hrsg.): *Studies in the Organization of Conversational Interaction*. New York u.a.: Academic Press, 79-112.

- PROBST, JULIA, 2003. Ein Kompliment in Ehren ... Aspekte eines „höflichen“ Sprechaktes in mehreren Sprachen. In: Baumgarten, Nicole/Böttger, Claudia/Motz, Markus/Probst, Julia (Hrsg.). *Übersetzen, Interkulturelle Kommunikation, Spracherwerb und Sprachvermittlung – das Leben mit mehreren Sprachen. Festschrift für Juliane House zum 60. Geburtstag. Zeitschrift für Interkulturellen Fremdsprachenunterricht*, 8(2/3), 210-225. <http://www.ualberta.ca/~german/ejournal/Probst.pdf> (21.12.2012).
- RADDEN, GÜNTER, 2005. „Verhaltensaspekte in der Sprache: ‚Höflichkeit‘ im Englischen“. In: Dose, Gerd/Schmidt, Johann N./Tiedje, Egon (Hrsg.). *So nah und doch so fern: Englische Mentalität und ‚Englishness‘ in Kultur, Gesellschaft und Alltag*. München: Lincom, 141-159.
- RAIBLE, WOLFGANG, 1987. Sprachliche Höflichkeit. Realisierungsformen im Deutschen und im Französischen. In: *Zeitschrift für französische Sprache und Literatur* XCVII/2, 145-168.
- RATHMAYR, RENATE, 1996. *Pragmatik der Entschuldigungen. Vergleichende Untersuchung am Beispiel der russischen Sprache und Kultur*. Köln u.a.: Böhlau (=Bausteine zur slavischen Philologie und Kulturgeschichte. Reihe A: Slavistische Forschungen).
- RATHMAYR, RENATE, 1996a. Sprachliche Höflichkeit. Am Beispiel expliziter und impliziter Höflichkeit im Russischen. In: Girke, Wolfgang (Hrsg.). *Slavistische Linguistik 1995. Referate des XXI. Konstanzer Slavistischen Arbeitstreffens, Mainz 26.-29.9.1995*. München: Otto Sagner, 362-391.
- REES-MILLER, JANIE, 2011. Compliments revisited: Contemporary Compliments and Gender. In: *Journal of Pragmatics* 43, 2673-2688.
- REHBEIN, JOCHEN, ²2000. Ausgewählte Aspekte der Pragmatik. In: Hoffmann, Ludger (Hrsg.). *Sprachwissenschaft. Ein Reader*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 106-131.
- RINTELL, ELLEN M./MITCHELL, CANDACE J., 1989. Studying requests and apologies: An inquiry into method. In: Blum-Kulka, Shoshana et al. (Hrsg.). *Cross cultural pragmatics: Request and Apologies*. Norwood/NJ: Ablex, 248-272.
- ROLF, ECKARD, 1994. *Sagen und Meinen: Paul Grices Theorie der Konversations-Implikaturen*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- ROLF, ECKARD (Hrsg.), 1997. *Pragmatik. Implikaturen und Sprechakte*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- ROSE, KENNETH R., 1992. Speech acts and questionnaires: The effect of hearer response. In: *Journal of pragmatics* 17, 49-62.

- ROSE, KENNETH R., 1994. On the validity of Discourse Completion Tests in Non-Western Contexts. In: *Applied Linguistics* 15/1, 1-14.
- RUHI, ŞÜKRIYE, 2006. Politeness in compliment responses: A perspective from naturally occurring exchanges in Turkish. In: *Pragmatics* 16/1, 43-101.
- SCHLEGLOFF, EMANUEL A./SACKS, HARVEY, 1973. Opening up Closings. In: *Semiotica* 8/4, 289-327.
- SCHNÖRING, STEFANIE, 2007. *Kommunikation im Spiegel der Unternehmenskultur. Dialogisches Handeln und unternehmerische Zwecke*. Tübingen: Niemeyer, 30-43.
- SEARLE, JOHN R., 1971. *Sprechakte. Ein sprachphilosophischer Essay*. Frankfurt am Main: Suhrkamp. [Amerikanisches Original 1969].
- SEARLE, JOHN R., 1980. Eine Klassifikation der Illokutionsakte. In: Kußmaul, Paul (Hrsg.). *Sprechakttheorie. Ein Reader*. Wiesbaden: Athenaion, 82-108.
- SEARLE, JOHN R., 1980. Indirekte Sprechakte. In: Kußmaul, Paul (Hrsg.). *Sprechakttheorie. Ein Reader*. Wiesbaden: Athenaion, 127-150.
- SEARLE, JOHN R., ²2000. Was ist ein Sprechakt? In: Hoffmann, Ludger (Hrsg.). *Sprachwissenschaft. Ein Reader*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 143-162.
- SERDYUKOVA, OXANA, 2007. *Unterschiede im Einsatz von Höflichkeitsstrategien im deutschen und russischen Kulturkreis am Beispiel des Kritikverhaltens am Arbeitsplatz. Überprüfung der Reichweite des Höflichkeitsmodells von Brown/Levinson (1987) anhand der kontrastiven Untersuchung in deutsch- und russischsprachigen Probandengruppen in Rostock*. Univ. Dissertation http://rosdok.uni-rostock.de/file/rosdok_disshab_0000000066/rosdok_derivate_0000003492/Dissertation_Serdyukova_2008.pdf (letzter Zugriff 14.04.2014).
- SIEBOLD, KATHRIN, 2008. Die interkulturelle Pragmatik – Angenehm, Sie kennenzulernen! In: *Magazin* 18, 8-13. http://www.fage.es/magazin/magazin18/04_KATHRIN_SIEBOLD.pdf (letzter Zugriff: 23.07.2012).
- SIEBOLD, KATHRIN, 2009. Spanische und deutsche Kulturspezifika im Umgang mit Beschwerden. In: *Estudios Filológicos Alemanes* 17, 293-306.
- SIEBOLD, KATHRIN, 2011. *No me des más las gracias* – Kulturspezifika beim Dankausdruck im Spanischen und im Deutschen. In: Lavric, Eva/Pöckl, Wolfgang/Schallhart, Florian (Hrsg.). *Comparatio delectat*. Akten der VI. Internationalen Arbeitstagung zum

- romanisch-deutschen und innerromanischen Sprachvergleich Innsbruck, 3.-5. September 2008. Frankfurt am Main u.a.: Lang, 697-711.
- SLAVIANOVA, LILIANA, 2011. Contrastive Analysis of Compliments in Contemporary Bulgarian and English Language. In: *Wissenschaftliche Arbeiten der Universität Russe*, Bd. 50, Serie 6.3, 141-144.
- SOSA MAYOR, IGOR, 2006. *Routineformeln im Spanischen und im Deutschen. Eine pragmatische kontrastive Analyse*. Wien: Praesens-Verlag.
- SPENCER-OATEY, HELEN, 1993. Conceptions of social relations and pragmatics research. In: *Journal of Pragmatics* 20, 27-47.
- SPENCER-OATEY, HELEN, 1996. Reconsidering power and distance. In: *Journal of Pragmatics* 26, 1-24.
- SPENCER-OATEY, HELEN (Hrsg.), 2008. *Culturally Speaking. Culture, Communication and Politeness Theory*. London/New York: Continuum.
- SPENCER-OATEY, HELEN/NG, PATRICK/CRAY, ELLEN, 2008. British and Chinese Reactions to Compliment Responses. In: Spencer-Oatey, Helen (Hrsg.). *Culturally Speaking. Culture, Communication and Politeness Theory*. London/New York: Continuum, 95-117.
- STAFFELDT, SVEN, 2008. *Einführung in die Sprechakttheorie. Ein Leitfaden für den akademischen Unterricht*. Tübingen: Stauffenburg.
- STOLTE, STEFANIE, 2005. *Höflichkeit: Ein Vergleich bezüglich der Anwendung von Höflichkeitsstrategien amerikanischer und deutscher Jugendlicher in Bittsituationen*. Magisterarbeit. http://www.tu-chemnitz.de/phil/english/ling/download/theses/stolte_politeness2005.pdf (letzter Zugriff 20.12.2013).
- STOYANOVA, JULIANA, 2006. Тези тъй опасни комплименти. (Tezi tǔǔ opsani komplimenti, Diese so gefährlichen Komplimente.) In: *Littera et Lingua. E-Journal*. <http://www.bgspeech.net/lilijournal/index.php/en/issues/autumn-2006/94-stojanovaju-autumn2006> (letzter Zugriff: 27.02.2011).
- TANG, CHEN-HSIN/GRACE, QIAO ZHANG, 2009. A contrastive study of compliment responses among Australian English and Mandarin Chinese speakers. In: *Journal of Pragmatics* 41, 325-345.
- TANNEN, DEBORAH, 1984. The Pragmatics of Cross-Cultural Communication. In: *Applied Linguistics* 5, 189-195.

- TANNEN, DEBORAH, 1997. *Job-Talk. Wie Frauen und Männer am Arbeitsplatz miteinander reden*. München: Goldmann.
- TANNEN, DEBORAH, 1998. *Du kannst mich einfach nicht verstehen. Warum Männer und Frauen aneinander vorbeireden*. München: Mosaik bei Goldmann.
- THALER, VERENA, 2012. *Sprachliche Höflichkeit in computervermittelter Kommunikation*. Tübingen: Stauffenburg.
- THOMAS, ALEXANDER, 2011. *Interkulturelle Handlungskompetenz. Versiert, angemessen und erfolgreich im internationalen Geschäft*. Wiesbaden: Gabler.
- THOMAS, JENNY, 1983. Cross-Cultural Pragmatic Failure. In: *Applied Linguistics* 4/2, 91-112.
- THOMAS, JENNY, 1995. *Meaning in Interaction: An Introduction to Pragmatics*. London: Longman.
- TURNBULL, WILLIAM, 2001. An Appraisal of Pragmatic Elicitation Techniques for the Social Psychological Study of Talk: The Case of Request Refusals. In: *Pragmatics* 11/1, 31-61.
- VALTL, KARLHEINZ, 1986. *Erziehung zur Höflichkeit. Höflichkeit als Wertkonzept der Alltagsinteraktion, als Gegenstand empirischer Forschung in den Humanwissenschaften und als Aufgabe der Erziehung*. Univ. Diss. Marburg.
- VILKKI, LIISA, 2006. Politeness, face and facework: Current issues. In: Suominen, Mickael et al. (Hrsg.). *A man of measure. Festschrift in honour of Fred Karlsson on his 60th birthday*. A special supplement to SKY journal of linguistics 19. The Linguistic Association of Finland, Turku, 322-332. http://www.ling.helsinki.fi/sky/julkaisut/SKY2006_1/1.4.7.%20VILKKI.pdf (letzter Zugriff 11.06.2011).
- VORDERWÜLBECKE, KLAUS, 2004. Sprachliche Höflichkeit und Zumutbarkeit. In: Bartoszewicz, Iwona/Halub, Marek/Jurasz, Aina (Hrsg.). *Werte und Wertungen – Festschrift für Eugeniusz Tomiczek*, Wrocław: Oficyna Wydawnicza ATUT, 271-281.
- WARGA, MURIEL, 2004. *Pragmatische Entwicklung in der Fremdsprache. Der Sprechakt „Aufforderung“ im Französischen*. Tübingen: Narr (=Tübinger Beiträge zur Linguistik, Band 474)
- WEIGAND, EDDA, 1991. Sprechakte unter kontrastiver Perspektive. Am Beispiel direkter Handlungsspiele. In: Shichiji, Yoshinori (Hrsg.). *Internationaler Germanisten-Kongreß in Tokyo*. München: iudicium, 438-450.

- WEIGAND, EDDA, 1992. Grammatik des Sprachgebrauchs. In: *Zeitschrift für germanistische Linguistik* 20/2, 182-192.
- WEIGAND, EDDA, 1995. Prinzipien einer Theorie des Sprachgebrauchs. In: Hindelang, Götz/Eckard, Rolf/Zillig, Werner (Hrsg.). *Der Gebrauch der Sprache. Festschrift für Franz Hundsnurscher zum 60.Geburtstag*. Münster: Lit, 388-407.
- WEIGAND, EDDA, 2002. The Language Myth and Linguistics Humanised. In: Harris, Roy (Hrsg.). *The Language Myth in Western Culture*. Richmond/Surrey: Curzon, 55-83.
- WEIGAND, EDDA, 2003. *Sprache als Dialog*. Tübingen: Niemeyer.
- WEINRICH, HARALD, 1986. *Lügt man im Deutschen, wenn man höflich ist?* Mannheim u.a.: Bibliographisches Institut.
- WERLEN, IWAR, 1983. Vermeidungsritual und Höflichkeit. Zu einigen Formen konventionalisierter indirekter Sprechakte im Deutschen. In: *Deutsche Sprache* 11, 193-218.
- WERLEN, IWAR, 1984. *Ritual und Sprache. Zum Verhältnis von Sprechen und Handeln in Ritualen*. Kap. 5: Indirekte Sprechakte. Tübingen: Narr.
- WERNER, HOLLY, 2001. *Einführung in die Pragmalinguistik*. Berlin u.a.: Langenscheidt (= Germanistische Fernstudieneinheit, Band 3).
- WERTHWEIN, DANIELA, 2009. *Already got a compliment today? Wie Australier und Deutsche verbal auf Komplimente reagieren*. St. Augustin: Asgard-Verlag.
- WIERZBICKA, ANNA, 1985. Different cultures, different languages, different speech acts. In: *Journal of Pragmatics* 9, 145-178.
- WIERZBICKA, ANNA, 1991. *Cross-Cultural Pragmatics. The Semantics of Human Interaction*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter.
- WIERZBICKA, ANNA, 2003. *Cross-Cultural Pragmatics. The Semantics of Human Interaction*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter.
- WOLFSON, NESSA, 1983. An Empirical Based Analysis of Complimenting in American English. In: Wolfson, Nessa/ Judd, Elliot (Hrsg.). *Sociolinguistics and Language Acquisition*. Rowley, MA: Newbury House, 82-95.
- WOLFSON, NESSA, 1984. Pretty Is As Pretty Does: A Speech Act View of Sex Roles. In: *Applied Linguistics* 5/3, 236-244.

- WOLFSON, NESSA, 1988. The Bulge: A Theory of Speech Behaviour and Social Distance. In: Fine, Jonathan (Hrsg.). *Second Language Discourse: A Textbook of Current Research*. Norwood/N.J.: Ablex, 21-38.
- WOLFSON, NESSA/MANES, JOAN, 1980. The compliment as a social strategy. In: *Paper in Linguistics* 13/3, 391-410.
- WOLFSON, NESSA/MARMOR, THOMAS/JONES, STEVE, 1989. Problems in the Comparison of Speech Acts across Cultures. In: Blum-Kulka, Shoshana et al. (Hrsg.). *Cross cultural pragmatics: Request and Apologies*. Norwood/NJ: Ablex, 174-196.
- WUNDERLICH, DIETER, ²1978. *Studien zur Sprechaktttheorie*. Frankfurt am Main: suhrkamp.
- YANG, YOUNGSOOK, 2006. Linguistische Beschreibungszusammenhänge der sprachlichen Höflichkeit. In: Gehling, Thomas/Voss, Viola/ Wohlgemuth, Jan (Hrsg.). *Einblicke in Sprache. Festschrift für Clemens-Peter Herbermann zum 65. Geburtstag*. Berlin: Logos, 457-481.
- YAKIMOVA, NELLY, 2009. *Compliments in Bulgarian*. Lancaster University (unveröffentlichte Dissertation).
- YOUSSEFVAND, ZOHREH, 2010. Study of compliment speech act realization patterns across gender in Persian. In: *Arizona Working Papers in SLA & Teaching* 17, 91- 112.
- YU, MING-CHUNG, 2003. On the universality of face: evidence from Chinese compliment response behavior. In: *Journal of Pragmatics* 35, 1679-1710.
- YUAN, LI, 2002. Compliments and compliments responses in Kunming Chinese. In: *Pragmatics* 12/2, 183–226.
- YUAN, YI, 2001. An inquiry into empirical pragmatics data-gathering methods: Written DCTs, oral DCTs, field notes, and natural conversation. In: *Journal of Pragmatics* 33, 271-292.
- YULE, GEORGE, 1996. *Pragmatics*. Oxford: Oxford University Press.
- ZHANG, JIN-PEI, 2013. Compliments and Compliment Responses in Philippine English. In: *GEMA Online Journal of Language Studies* 13/1, 25-41.

Internet Quellen:

Pragmatics and Speech Acts Bibliography:

<http://www.carla.umn.edu/speechacts/index.html> (letzter Zugriff 24.01.14)

Transliteration Tabelle: <http://www.indiana.edu/~libslav/slavcatman/trbul.html> (letzter Zugriff 21.04.2014)

Anhang

Anhang I:

Fragebogen AB/deutsche Version

Fragebogen AB/bulgarische Version

Anhang II:

Pretest-Fragebogen AB/ deutsche Version

Pretest-Fragebogen AB/ bulgarische Version

Anhang III:

Tabelle zu Kapitel 7.1

Tabelle zu Kapitel 7.5.4


Tabelle zu Kapitel 7.5.5

Anhang IV:

Beispielantworten für Komplimenterwiderungen

Anhang I:

Fragebogen AB/deutsche Version

<p>Fachbereich 09: Germanistik und Kunstwissenschaften</p> <p>Institut für Germanistische Sprachwissenschaft</p> <p>Abteilung Deutsch als Fremdsprache</p>	<p>Philipps</p>  <p>Universität Marburg</p>
--	---

FRAGEBOGEN

Ich möchte mit Hilfe dieses Fragebogens im Rahmen meiner Doktorarbeit das sprachliche Verhalten von deutschen und bulgarischen Studenten untersuchen. Sie würden mir sehr helfen, wenn Sie sich 15-20 Minuten Zeit nehmen und den Fragebogen ausfüllen! Vielen Dank!

(Das Zutreffende bitte ankreuzen!)

Ihr Alter: bis 20 J. ☐ 21-25 J. ☐ 26-30 J. ☐ älter als 30 J. ☐

Ihr Geschlecht: männlich ☐ weiblich ☐

Sie lesen die Beschreibung verschiedener Situationen. Versuchen Sie sich in diese Situationen hineinzuversetzen und die erste Antwort, die Ihnen spontan einfällt, in wörtlicher Rede aufzuschreiben.

Situation 1

Sie haben ein neues Handy zum Geburtstag geschenkt bekommen. Als Sie einen Anruf bekommen, bemerkt eine Freundin, dass Sie ein neues Handy haben. Sie schaut es sich an, probiert einige Funktionen aus und sagt danach: „Wow! Was für ein schickes Handy! Meins hat nicht so viele Funktionen. Echt toll!“

Sie antworten:

Wenn Sie **nicht antworten würden**, schreiben Sie das bitte auf und **begründen Sie weshalb**:

Situation 2

Sie treffen zufällig eine Bekannte auf der Straße, die Sie höchstens einmal im Jahr sehen. Sie sagt zu Ihnen: „Hey, lange nicht mehr gesehen! Wie geht’s Dir? Toll siehst du aus!“

Sie antworten:

Wenn Sie **nicht antworten würden**, schreiben Sie das bitte auf und **begründen Sie weshalb**:

Situation 3

Sie sind Abteilungsleiter in einer kleinen Firma und werden in eine andere Stadt versetzt. Aus diesem Anlass laden Sie einige Ihrer Angestellten zu sich nach Hause ein. Sie haben selbst das Essen vorbereitet. Nach dem Essen sagt eine Ihrer Angestellten: „Ich wusste ja gar nicht, dass Sie so gut kochen können! Das Essen hat wirklich phantastisch geschmeckt!“

Sie antworten:

Wenn Sie **nicht antworten würden**, schreiben Sie das bitte auf und **begründen Sie weshalb**:

Situation 4

Sie sind Student und holen Ihre Hausarbeit bei Ihrer Professorin in der Sprechstunde ab. Die Professorin sagt zu Ihnen: „Das ist die beste Hausarbeit zu dem Thema, die ich bis jetzt gelesen habe.“

Sie antworten:

Wenn Sie **nicht antworten würden**, schreiben Sie das bitte auf und **begründen Sie weshalb**:

Situation 5

Sie unterhalten sich mit ihrer Chefin im Büro und kommen zufällig auf das Alter zu sprechen. Ihre Chefin wusste nicht, wie alt Sie sind und sagt: „Ich hätte Sie viel jünger geschätzt!“

Sie antworten:

Wenn Sie **nicht antworten würden**, schreiben Sie das bitte auf und **begründen Sie weshalb**:


Situation 6

Sie sind Betriebsleiter in einer Firma und sind heute zum ersten Mal mit Ihrem neuen Auto auf der Arbeit. Nach der Arbeit sieht Sie eine Ihrer Angestellten in das Auto einsteigen und sagt: „Was für ein tolles Auto!“

Sie antworten:

Wenn Sie **nicht antworten würden**, schreiben Sie das bitte auf und **begründen Sie weshalb**:

H e r z l i c h e n D a n k !

<p>Fachbereich 09: Germanistik und Kunstwissenschaften</p> <p>Institut für Germanistische Sprachwissenschaft</p> <p>Abteilung Deutsch als Fremdsprache</p>	 <div style="display: flex; justify-content: space-between; padding: 0 10px;"> <div style="text-align: center;"> Philipps </div> <div style="text-align: center;"> Universität Marburg </div> </div>
--	--

АНКЕТА

С помощта на тази анкета целя да събера данни, в рамките на моята докторска работа, за езиковото поведение на немските и български студенти. Ще се радвам, ако отделите 15-20 минути и попълните внимателно анкетата. Благодаря!

(Моля, зачеркнете вярното!)

Възрастова група: до 20 г. ☐ 21-25 г. ☐ 26-30 г. ☐ над 30 г. > ☐

Пол: мъжки ☐ женски ☐

По-долу са описани различни ситуации. Опитайте се да си представите, че Вие се намирате в тези ситуации и напишете в пряка реч първия отговор, който спонтанно Ви хрумне.

Ситуация 1

Получили сте нов мобилен телефон като подарък за рождения си ден. В момента, в който телефонът Ви звънва, една приятелка забелязва, че е нов. Тя го разглежда, изпробва някои от функциите му и казва: „О, какъв модерен телефон! Моят няма толкова функции. Просто е страхотен!“

Вие отговаряте:

Ако **няма да отговорите**, моля, напишете и това, и обосновете, **защо** няма да отговорите:

Ситуация 2

Срещате случайно една позната на улицата, която виждате най-много веднъж в годината. Тя Ви казва: „Хей, откако не съм те виждала! Как си? Страхотно изглеждаш!“

Вие отговаряте:

Ако **няма да отговорите**, моля, напишете и това, и обосновете, **защо** няма да отговорите:

Ситуация 3

Вие сте шеф на отдел в малка фирма и Ви местят в друг град. По този повод каните у Вас някои от Вашите служители. Сам сте приготвили храната. След вечерята една от вашите служителки казва: „Дори не знаех, че можете да готвите толкова добре! Яденето беше наистина фантастично!“

Вие отговаряте:

Ако **няма да отговорите**, моля, напишете и това, и обосновете, **защо** няма да отговорите:

Ситуация 4

Вие сте студент и отивате в приемното време на Вашата професорка, за да Ви върне курсовата работа. Тя Ви казва: „Това е най-добрата курсова работа по темата, която досега съм чела!“

Вие отговаряте:

Ако **няма да отговорите**, моля, напишете и това, и обосновете, **защо** няма да отговорите:

Ситуация 5

Вие разговаряте в офиса с шефката си и случайно става въпрос за възрастта. Шефката Ви не знае на колко сте години и казва: „Изглеждате много по-млад!“

Вие отговаряте:

Ако **няма да отговорите**, моля, напишете и това, и обосновете, **защо** няма да отговорите:

Ситуация 6

Вие сте мениджър на фирма и днес за първи път сте с новата си кола на работа. Една от Вашите служителки Ви вижда да се качвате в колата след работа и казва: „Каква страхотна кола!“


Вие отговаряте:

Ако **няма да отговорите**, моля, напишете и това, и обосновете, **защо** няма да отговорите:

С ъ р д е ч н о Б л а г о д а р я !

Anhang II:

Pretest-Fragebogen AB/deutsche Version

<p>Fachbereich 09: Germanistik und Kunstwissenschaften</p> <p>Institut für Germanistische Sprachwissenschaft</p> <p>Abteilung Deutsch als Fremdsprache</p>	<p>Philipps</p>  <p>Universität Marburg</p>
--	---

Fragebogen

Ich möchte mit Hilfe dieses Fragebogens im Rahmen meiner Doktorarbeit das sprachliche Verhalten von deutschen und bulgarischen Studenten untersuchen. Sie würden mir eine große Hilfe leisten, wenn Sie sich 15-20 Min. Zeit nehmen und den Fragebogen ausfüllen! Vielen Dank!

Ihr Alter: bis 20J. ☐ 21-30J. ☐ älter als 30J. ☐

Ihr Geschlecht: männlich ☐ weiblich ☐

Das Zutreffende bitte ankreuzen!

Sie sehen die Beschreibung verschiedener Situationen. Versuchen Sie sich in diese Situationen hineinzuversetzen und die erste Antwort, die Ihnen spontan einfällt in wörtlicher Rede, so wie Sie die Antwort tatsächlich in einer realen Situation sagen würden, aufzuschreiben.

Situation 1

Sie haben ein neues Handy von Ihrem Vater zum Geburtstag geschenkt bekommen. Als Sie einen Anruf bekommen, bemerkt Ihre Freundin, dass Sie ein neues Handy haben. Sie guckt es sich an und probiert einige Funktionen aus, und sagt danach: „Uau! Was für ein schickes Handy! Meins hat nicht so viele Funktionen. Echt toll!“

Sie antworten:

Wenn Sie keine Antwort darauf geben würden, schreiben Sie es auf und begründen Sie weshalb:

Situation 2

Sie treffen zufällig eine Bekannte auf der Straße, die Sie höchstens einmal im Jahr sehen. Sie sagt zu Ihnen: „Hey, lange nicht mehr gesehen! Du siehst gut aus, viel besser als beim letzten Mal, als ich dich gesehen habe!“

Sie antworten:

Wenn Sie keine Antwort darauf geben würden, schreiben Sie es auf und begründen Sie weshalb:

Situation 3

Sie sind der Chef einer kleinen Firma und werden in eine andere Stadt versetzt. Aus diesem Anlass laden Sie einige Ihrer Angestellten zu sich nach Hause. Sie haben selbst das Essen vorbereitet. Nach dem Essen sagt eine Ihrer Angestellten: „Ich wusste nicht, dass Sie so gut kochen können! Das Essen hat wirklich phantastisch geschmeckt!“

Sie antworten:

Wenn Sie keine Antwort darauf geben würden, schreiben Sie es auf und begründen Sie weshalb:

Situation 4

Sie sind Student und holen Ihre Hausarbeit bei Ihrer Professorin in der Sprechstunde ab. Die Professorin sagt zu Ihnen: „Ihre Hausarbeit ist Ihnen sehr gut gelungen. Besser hätte ich sie auch nicht hingekriegt!“

Sie antworten:

Wenn Sie keine Antwort darauf geben würden, schreiben Sie es auf und begründen Sie weshalb:

Situation 5

Ihre Freunde haben eine Party organisiert, um das Ende des Semesters zu feiern. Sie haben sich für die Party sehr schick angezogen. Als sie bei der Party ankommen, steht die Schwester einer Kommilitonin, die Sie nur flüchtig kennen, an der Tür und sagt zu Ihnen: „Uau! Heute sind wir aber elegant!“

Sie antworten:

Wenn Sie keine Antwort darauf geben würden, schreiben Sie es auf und begründen Sie weshalb:

Situation 6

Sie unterhalten sich mit ihrer Chefin im Büro und kommen zufällig auf das Alter zu sprechen. Ihre Chefin wusste nicht, wie alt Sie sind und sagt: „Ich hätte Sie viel jünger geschätzt!/Sie sehen aber jünger aus!“

Sie antworten:

Wenn Sie keine Antwort darauf geben würden, schreiben Sie es auf und begründen Sie weshalb:

Situation 7

Sie sind der Betriebsleiter einer Firma. Als Sie eines Tages die Firma verlassen, stoßen Sie auf eine Angestellte und beginnen sich zu unterhalten. Sie erwähnt, dass ihr Auto kaputt ist und sie zwei Busse wechseln muss, um nach Hause zu kommen. Sie haben Ihr neues Auto auf der Arbeit und bieten ihr an, sie mitzunehmen. Als sie das Auto sieht, sagt sie: „Ihr Auto ist umwerfend! Ich mag auch diese Marke. Sie müssen echt Geschmack haben!“

Sie antworten:

Wenn Sie keine Antwort darauf geben würden, schreiben Sie es auf und begründen Sie weshalb:

Zusätzliche Fragen zu den einzelnen Situationen

Bitte beantworten Sie folgende Fragen, nachdem Sie den Fragebogen ausgefüllt haben.

Das Zutreffende bitte ankreuzen!

Situation 1:

- | | | | | |
|--|----|--------------------------|------|--------------------------|
| 1. Ist die Situation für Deutschland realistisch? | Ja | <input type="checkbox"/> | Nein | <input type="checkbox"/> |
| 2. Denken Sie, dass das Kompliment in dieser Situation angemessen ist? | Ja | <input type="checkbox"/> | Nein | <input type="checkbox"/> |
| 3. Klingt die wörtliche Rede des ersten Sprechers wie gesprochene Sprache? Wenn nicht, haben Sie einen besseren Vorschlag? | Ja | <input type="checkbox"/> | Nein | <input type="checkbox"/> |

Vorschlag: _____

Situation 2:

- | | | | | |
|--|----|--------------------------|------|--------------------------|
| 1. Ist die Situation für Deutschland realistisch? | Ja | <input type="checkbox"/> | Nein | <input type="checkbox"/> |
| 2. Denken Sie, dass das Kompliment in dieser Situation angemessen ist? | Ja | <input type="checkbox"/> | Nein | <input type="checkbox"/> |
| 3. Klingt die wörtliche Rede des ersten Sprechers wie gesprochene Sprache? Wenn nicht, haben Sie einen besseren Vorschlag? | Ja | <input type="checkbox"/> | Nein | <input type="checkbox"/> |

Vorschlag: _____

Situation 3:

- | | | | | |
|--|----|--------------------------|------|--------------------------|
| 1. Ist die Situation für Deutschland realistisch? | Ja | <input type="checkbox"/> | Nein | <input type="checkbox"/> |
| 2. Denken Sie, dass das Kompliment in dieser Situation angemessen ist? | Ja | <input type="checkbox"/> | Nein | <input type="checkbox"/> |
| 3. Klingt die wörtliche Rede des ersten Sprechers wie gesprochene Sprache? Wenn nicht, haben Sie einen besseren Vorschlag? | Ja | <input type="checkbox"/> | Nein | <input type="checkbox"/> |

Vorschlag: _____

Situation 4:

- | | | | | |
|--|----|--------------------------|------|--------------------------|
| 1. Ist die Situation für Deutschland realistisch? | Ja | <input type="checkbox"/> | Nein | <input type="checkbox"/> |
| 2. Denken Sie, dass das Kompliment in dieser Situation angemessen ist? | Ja | <input type="checkbox"/> | Nein | <input type="checkbox"/> |
| 3. Klingt die wörtliche Rede des ersten Sprechers wie gesprochene Sprache? Wenn nicht, haben Sie einen besseren Vorschlag? | Ja | <input type="checkbox"/> | Nein | <input type="checkbox"/> |

Vorschlag: _____

Situation 5:

- | | | | | |
|--|----|--------------------------|------|--------------------------|
| 1. Ist die Situation für Deutschland realistisch? | Ja | <input type="checkbox"/> | Nein | <input type="checkbox"/> |
| 2. Denken Sie, dass das Kompliment in dieser Situation angemessen ist? | Ja | <input type="checkbox"/> | Nein | <input type="checkbox"/> |
| 3. Klingt die wörtliche Rede des ersten Sprechers wie gesprochene Sprache? Wenn nicht, haben Sie einen besseren Vorschlag? | Ja | <input type="checkbox"/> | Nein | <input type="checkbox"/> |

Vorschlag: _____

Situation 6:

- | | | | | |
|--|----|--------------------------|------|--------------------------|
| 1. Ist die Situation für Deutschland realistisch? | Ja | <input type="checkbox"/> | Nein | <input type="checkbox"/> |
| 2. Denken Sie, dass das Kompliment in dieser Situation angemessen ist? | Ja | <input type="checkbox"/> | Nein | <input type="checkbox"/> |
| 3. Klingt die wörtliche Rede des ersten Sprechers wie gesprochene Sprache? Wenn nicht, haben Sie einen besseren Vorschlag? | Ja | <input type="checkbox"/> | Nein | <input type="checkbox"/> |

Vorschlag: _____


Situation 7:

- | | | | | |
|--|----|--------------------------|------|--------------------------|
| 1. Ist die Situation für Deutschland realistisch? | Ja | <input type="checkbox"/> | Nein | <input type="checkbox"/> |
| 2. Denken Sie, dass das Kompliment in dieser Situation angemessen ist? | Ja | <input type="checkbox"/> | Nein | <input type="checkbox"/> |
| 3. Klingt die wörtliche Rede des ersten Sprechers wie gesprochene Sprache? Wenn nicht, haben Sie einen besseren Vorschlag? | Ja | <input type="checkbox"/> | Nein | <input type="checkbox"/> |

Vorschlag: _____

Анhang II

Pretest-Fragebogen AB/bulgarische Version

<p>Fachbereich 09: Germanistik und Kunstwissenschaften</p> <p>Institut für Germanistische Sprachwissenschaft</p> <p>Abteilung Deutsch als Fremdsprache</p>	<p>Philipps  Universität Marburg</p>
--	--

АНКЕТА

С тази анкета целя да събера данни в рамките на моята докторска работа върху общуването между немски и български студенти. Ще ми окажете огромна помощ, ако отделите 15-20 мин. и попълните анкетата. Благодаря!

Възрастова група: до 20 г. ☐ 21-30 г. ☐ над 30 г. > ☐

Пол: мъжки ☐ женски ☐

(Моля, зачеркнете вярното!)

Вие виждате описанието на различни ситуации. Опитайте се да си представите, че Вие се намирате в тези ситуации и напишете в пряка реч първия отговор, които спонтанно Ви хрумне, така както бихте отговорили в една реална ситуация, ако се намирате действително в нея.

Ситуация 1

Вие сте получила нов мобилен телефон като подарък от баща си за рождения ден. В момента, в който телефонът Ви звънва, Ваш приятел забелязва, че имате нов мобилен телефон. Той го разглежда, изпробва някой от функциите и казва: „О, какъв модерен телефон! Моят няма толкова функции! Страхотен е!“

Вие отговаряте:

Ако няма да отговорите, напишете и това, и обосновете, защо няма да отговорите:

Ситуация 2

Вие срещате случайно един познат на улицата, когото виждате най-много веднъж в годината. Той Ви казва: „Ей, откако не съм те виждал! Добре изглеждаш, много по-добре от последния път, когато те видях!“

Вие отговаряте:

Ако няма да отговорите, напишете и това, и обосновете, защо няма да отговорите:

Ситуация 3

Вие сте шефка на малка фирма и Ви местят в друг град. По този повод каните някой от Вашите служители в къщи. Сама сте приготвила храната. След яденето един от вашите служители казва: „Не знаех, че сте таква добра готвачка! Яденето беше наистина фантастично!“

Вие отговаряте:

Ако няма да отговорите, напишете и това, и обосновете, защо няма да отговорите:

Ситуация 4

Вие сте студентка и отивате на консултация при професора си, за да си получите обратно курсовата работа. Професорът Ви казва: „Курсова Ви работа е много сполучлива. И аз не бих се справил по-добре!“

Вие отговаряте:

Ако няма да отговорите, напишете и това, и обосновете, защо няма да отговорите:

Ситуация 5

Ваши приятели са организирали парти, за да отпразнуват края на семестъра. Вие сте се облякла много елегантно. Когато пристигате на партито на вратата стои братът на Ваша колежка, когото бегло познавате и Ви казва: „О, колко сме елегантни днес!“

Вие отговаряте:

Ако няма да отговорите, напишете и това, и обосновете, защо няма да отговорите:

Ситуация 6

Вие разговаряте в офиса с шефа си и случайно стигате до темата за възрастта. Вашият шеф не знае възрастта Ви и казва: „Не бих Ви дал годините./Вие много млада сте.“

Вие отговаряте:

Ако няма да отговорите, напишете и това, и обосновете, защо няма да отговорите:

Ситуация 7

Вие сте мениджърка на фирма. Един ден на излизане от фирмата срещате един служител и се заговаряте. Той споменава, че колата му е на развалена и трябва да смени два автобуса, за да се прибере в къщи. Вие сте с новата си кола на работа и му предлагате, да го закарате. Виждайки колата, той казва: „Колата Ви е страхотна. Аз също харесвам тази марка. Явно имате страхотен вкус!“

Вие отговаряте:

Ако няма да отговорите, напишете и това, и обосновете, защо няма да отговорите:

Допълнителни въпроси към отделните ситуации

Моля, отговорете на следните въпроси след като попълните анкетата.

Моля, зачеркнете вярното!

Ситуация 1:

- | | | | | |
|---|----|--------------------------|----|--------------------------|
| 1. Мислите ли, че ситуацията е реална за България? | Да | <input type="checkbox"/> | Не | <input type="checkbox"/> |
| 2. Смятате ли, че комплиментът в тази ситуация е уместен? | Да | <input type="checkbox"/> | Не | <input type="checkbox"/> |
| 3. Звучи ли пряката реч на първия участник в ситуацията като разговорна реч? Ако не, имате ли по-добро предложение? | Да | <input type="checkbox"/> | Не | <input type="checkbox"/> |

Предложение: _____

Ситуация 2:

- | | | | | |
|---|----|--------------------------|----|--------------------------|
| 1. Мислите ли, че ситуацията е реална за България? | Да | <input type="checkbox"/> | Не | <input type="checkbox"/> |
| 2. Смятате ли, че комплиментът в тази ситуация е уместен? | Да | <input type="checkbox"/> | Не | <input type="checkbox"/> |
| 3. Звучи ли пряката реч на първия участник в ситуацията като разговорна реч? Ако не, имате ли по-добро предложение? | Да | <input type="checkbox"/> | Не | <input type="checkbox"/> |

Предложение: _____

Ситуация 3:

- | | | | | |
|---|----|--------------------------|----|--------------------------|
| 1. Мислите ли, че ситуацията е реална за България? | Да | <input type="checkbox"/> | Не | <input type="checkbox"/> |
| 2. Смятате ли, че комплиментът в тази ситуация е уместен? | Да | <input type="checkbox"/> | Не | <input type="checkbox"/> |
| 3. Звучи ли пряката реч на първия участник в ситуацията като разговорна реч? Ако не, имате ли по-добро предложение? | Да | <input type="checkbox"/> | Не | <input type="checkbox"/> |

Предложение: _____

Ситуация 4:

- | | | | | |
|---|----|--------------------------|----|--------------------------|
| 1. Мислите ли, че ситуацията е реална за България? | Да | <input type="checkbox"/> | Не | <input type="checkbox"/> |
| 2. Смятате ли, че комплиментът в тази ситуация е уместен? | Да | <input type="checkbox"/> | Не | <input type="checkbox"/> |
| 3. Звучи ли пряката реч на първия участник в ситуацията като разговорна реч? Ако не, имате ли по-добро предложение? | Да | <input type="checkbox"/> | Не | <input type="checkbox"/> |

Предложение: _____

Ситуация 5:

- | | | | | |
|---|----|--------------------------|----|--------------------------|
| 1. Мислите ли, че ситуацията е реална за България? | Да | <input type="checkbox"/> | Не | <input type="checkbox"/> |
| 2. Смятате ли, че комплиментът в тази ситуация е уместен? | Да | <input type="checkbox"/> | Не | <input type="checkbox"/> |
| 3. Звучи ли пряката реч на първия участник в ситуацията като разговорна реч? Ако не, имате ли по-добро предложение? | Да | <input type="checkbox"/> | Не | <input type="checkbox"/> |

Предложение: _____

Ситуация 6:

- | | | | | |
|---|----|--------------------------|----|--------------------------|
| 1. Мислите ли, че ситуацията е реална за България? | Да | <input type="checkbox"/> | Не | <input type="checkbox"/> |
| 2. Смятате ли, че комплиментът в тази ситуация е уместен? | Да | <input type="checkbox"/> | Не | <input type="checkbox"/> |
| 3. Звучи ли пряката реч на първия участник в ситуацията като разговорна реч? Ако не, имате ли по-добро предложение? | Да | <input type="checkbox"/> | Не | <input type="checkbox"/> |

Предложение: _____

Ситуация 7:

- | | | | | |
|---|----|--------------------------|----|--------------------------|
| 1. Мислите ли, че ситуацията е реална за България? | Да | <input type="checkbox"/> | Не | <input type="checkbox"/> |
| 2. Смятате ли, че комплиментът в тази ситуация е уместен? | Да | <input type="checkbox"/> | Не | <input type="checkbox"/> |
| 3. Звучи ли пряката реч на първия участник в ситуацията като разговорна реч? Ако не, имате ли по-добро предложение? | Да | <input type="checkbox"/> | Не | <input type="checkbox"/> |

Предложение: _____

Anhang III:

Tabelle 83: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien in den einzelnen Situationen

GRUPPEN	Sit.	Antworten gesamt	Kommentare	1. Zustimmung	2. Siebedanken	3. Sichfreuen	4. Zurückgeben	5. Aufmuntern/Ermutigen	6. A-Erklären	Kombinationen K1	ANNEHMEN	7. Anbieten	8. Scherzen	9. Bestätigung suchen	10. Zweifeln	11. Ablehnen	12. Ausweichen-Erklären	Kombinationen K2	ABLEHNEN/AUSWEICHEN	13. Nichtzustimmen	14. Herabsetzen	15. Verlegenheit ausdrücken	16. ABL-Erklären	Kombinationen K3	ABLEHNEN	17. Ignorieren	18. Andere Interpretationen
MBG	1	74	5	17	10	2	0	0	1	20	50	3	1	0	0	0	7	5	16	0	7	0	1	0	8	0	0
MD		70	10	20	4	0	1	0	0	18	43	0	0	0	0	0	2	5	7	0	3	0	12	3	18	0	2
WBG		80	0	7	21	2	0	1	3	37	71	0	0	0	0	0	3	1	4	0	3	0	2	0	5	0	0
WD		74	6	17	3	0	0	1	1	33	55	0	1	0	0	0	4	8	13	0	0	0	3	2	5	0	1
MBG				22,97%	13,51%	2,70%	0,00%	0,00%	1,35%	27,03%	67,57%	4,05%	1,35%	0,00%	0,00%	0,00%	9,46%	6,76%	21,62%	0,00%	9,46%	0,00%	1,35%	0,00%	10,81%	0,00%	0,00%
MD				28,57%	5,71%	0,00%	1,43%	0,00%	0,00%	25,71%	61,43%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,86%	7,14%	10,00%	0,00%	4,29%	0,00%	17,14%	4,29%	25,71%	0,00%	2,86%
WBG				8,75%	26,25%	2,50%	0,00%	1,25%	3,75%	46,25%	88,75%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,75%	1,25%	5,00%	0,00%	3,75%	0,00%	2,50%	0,00%	6,25%	0,00%	0,00%
WD				22,97%	4,05%	0,00%	0,00%	1,35%	1,35%	44,59%	74,32%	0,00%	1,35%	0,00%	0,00%	0,00%	5,41%	10,81%	17,57%	0,00%	0,00%	0,00%	4,05%	2,70%	6,76%	0,00%	1,35%
MBG	2	80	0	0	11	0	14	0	0	24	49	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	29	0
MD		80	0	0	11	0	3	0	0	26	40	0	0	0	0	2	0	1	3	0	0	0	0	0	0	37	0
WBG		80	0	0	8	0	11	0	0	38	57	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	22	0
WD		79	1	0	30	0	1	0	0	23	54	0	0	0	1	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	23	0
MBG				0,00%	13,75%	0,00%	17,50%	0,00%	0,00%	30,00%	61,25%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,25%	0,00%	1,25%	1,25%	0,00%	0,00%	0,00%	1,25%	0,00%	1,25%	36,25%	0,00%
MD				0,00%	13,75%	0,00%	3,75%	0,00%	0,00%	32,50%	50,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,50%	0,00%	1,25%	3,75%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	46,25%	0,00%
WBG				0,00%	10,00%	0,00%	13,75%	0,00%	0,00%	47,50%	71,25%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,25%	1,25%	1,25%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	27,50%	0,00%
WD				0,00%	37,97%	0,00%	1,27%	0,00%	0,00%	29,11%	68,35%	0,00%	0,00%	0,00%	1,27%	0,00%	0,00%	1,27%	2,53%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	29,11%	0,00%
MBG	3	79	1	1	16	6	0	0	10	24	57	2	8	1	1	1	5	4	22	0	0	0	0	0	0	0	0
MD		77	3	1	27	3	0	0	2	32	65	0	2	0	0	0	4	3	9	0	3	0	0	0	3	0	0
WBG		78	2	1	8	15	0	0	4	36	64	2	0	0	0	2	3	7	14	0	0	0	0	0	0	0	0
WD		80	0	2	16	5	0	0	1	45	69	0	1	1	0	0	4	4	10	0	1	0	0	0	1	0	0
MBG				1,27%	20,25%	7,59%	0,00%	0,00%	12,66%	30,38%	72,15%	2,53%	10,13%	1,27%	1,27%	1,27%	6,33%	5,06%	27,85%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
MD				1,30%	35,06%	3,90%	0,00%	0,00%	2,60%	41,56%	84,42%	0,00%	2,60%	0,00%	0,00%	0,00%	5,19%	3,90%	11,69%	0,00%	3,90%	0,00%	0,00%	0,00%	3,90%	0,00%	0,00%
WBG				1,28%	10,26%	19,23%	0,00%	0,00%	5,13%	46,15%	82,05%	2,56%	0,00%	0,00%	0,00%	2,56%	3,85%	8,97%	17,95%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
WD				2,50%	20,00%	6,25%	0,00%	0,00%	1,25%	56,25%	86,25%	0,00%	1,25%	1,25%	0,00%	0,00%	5,00%	5,00%	12,50%	0,00%	1,25%	0,00%	0,00%	0,00%	1,25%	0,00%	0,00%
MBG	4	73	8	2	16	4	0	0	8	33	63	0	0	0	3	0	1	6	10	0	0	0	0	0	0	0	0
MD		71	9	2	17	5	0	0	6	22	52	0	4	1	4	0	0	8	17	0	2	0	0	0	2	0	0
WBG		80	0	0	12	6	0	0	5	43	66	0	0	1	2	0	0	10	13	0	0	0	0	1	1	0	0
WD		71	9	0	13	2	0	0	1	30	46	0	0	2	4	0	0	17	23	0	0	1	0	0	1	0	1
MBG				2,74%	21,92%	5,48%	0,00%	0,00%	10,96%	45,21%	86,30%	0,00%	0,00%	0,00%	4,11%	0,00%	1,37%	8,22%	13,70%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
MD				2,82%	23,94%	7,04%	0,00%	0,00%	8,45%	30,99%	73,24%	0,00%	5,63%	1,41%	5,63%	0,00%	0,00%	11,27%	23,94%	0,00%	2,82%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	0,00%	0,00%
WBG				0,00%	15,00%	7,50%	0,00%	0,00%	6,25%	53,75%	82,50%	0,00%	0,00%	1,25%	2,50%	0,00%	0,00%	12,50%	16,25%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,25%	1,25%	0,00%	0,00%
WD				0,00%	18,31%	2,82%	0,00%	0,00%	1,41%	42,25%	64,79%	0,00%	0,00%	2,82%	5,63%	0,00%	0,00%	23,94%	32,39%	0,00%	0,00%	1,41%	0,00%	0,00%	1,41%	0,00%	1,41%
MBG	5	76	5	9	24	3	2	0	8	18	64	0	2	0	1	0	2	1	6	3	2	0	0	0	5	0	1
MD		65	14	8	7	2	3	0	2	12	34	0	4	2	0	1	14	5	26	1	1	0	0	0	2	0	3
WBG		74	4	5	24	2	2	0	3	28	64	0	0	1	1	0	1	6	9	0	0	0	0	0	0	0	1
WD		70	9	21	6	1	1	0	1	22	52	0	1	1	5	1	8	1	17	0	0	0	1	0	1	0	0
MBG				11,84%	31,58%	3,95%	2,63%	0,00%	10,53%	23,68%	84,21%	0,00%	2,63%	0,00%	1,32%	0,00%	2,63%	1,32%	7,89%	3,95%	2,63%	0,00%	0,00%	0,00%	6,58%	0,00%	1,32%
MD				12,31%	10,77%	3,08%	4,62%	0,00%	3,08%	18,46%	52,31%	0,00%	6,15%	3,08%	0,00%	1,54%	21,54%	7,69%	40,00%	1,54%	1,54%	0,00%	0,00%	0,00%	3,08%	0,00%	4,62%
WBG				6,76%	32,43%	2,70%	2,70%	0,00%	4,05%	37,84%	86,49%	0,00%	0,00%	1,35%	1,35%	0,00%	1,35%	8,11%	12,16%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,35%	0,00%
WD				30,00%	8,57%	1,43%	1,43%	0,00%	1,43%	31,43%	74,29%	0,00%	1,43%	1,43%	7,14%	1,43%	11,43%	1,43%	24,29%	0,00%	0,00%	0,00%	1,43%	0,00%	1,43%	0,00%	0,00%
MBG	6	76	3	12	9	3	0	1	7	21	53	7	2	1	0	0	4	5	19	0	3	0	0	0	3	0	1
MD		62	15	7	12	0	0	1	9	21	50	1	1	1	0	0	2	3	8	0	3	0	1	0	4	0	0
WBG		78	2	7	15	1	0	2	2	35	62	4	0	0	1	0	3	3	11	0	4	0	0	1	5	0	0
WD		69	11	6	17	0	0	0	3	34	60	1	1	0	0	0	5	1	8	0	1	0	0	0	1	0	0
MBG				15,79%	11,84%	3,95%	0,00%	1,32%	9,21%	27,63%	69,74%	9,21%	2,63%	1,32%	0,00%	0,00%	5,26%	6,58%	25,00%	0,00%	3,95%	0,00%	0,00%	0,00%	3,95%	0,00%	1,32%
MD				11,29%	19,35%	0,00%	0,00%	1,61%	14,52%	33,87%	80,65%	1,61%	1,61%	1,61%	0,00%	0,00%	3,23%	4,84%	12,90%	0,00%	4,84%	0,00%	1,61%	0,00%	6,45%	0,00%	0,00%
WBG				8,97%	19,23%	1,28%	0,00%	2,56%	2,56%	44,87%	79,49%	5,13%	0,00%	0,00%	1,28%	0,00%	3,85%	3,85%	14,10%	0,00%	5,13%	0,00%	0,00%	1,28%	6,41%	0,00%	0,00%
WD				8,70%	24,64%	0,00%	0,00%	0,00%	4,35%	49,28%	86,96%	1,45%	1,45%	0,00%	0,00%	0,00%	7,25%	1,45%	11,59%	0,00%	1,45%	0,00%	0,00%	0,00%	1,45%	0,00%	0,00%

Tabelle 84: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien im Bulgarischen unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers und -gebers

Bulgaren		Antworten gesamt											7. Anbieten											13. Nichtzustimmen											17. Ignorieren										
		Kommentare	1. Zustimmung	2. Sichbedanken	3. Sichfreuen	4. Zurückgeben	5. Aufmuntern/Ermutigen	6. A. Erklären	Summe reine Strategien	Kombinationen K1	ANNEHMEN	8. Scherzen	9. Bestätigung suchen	10. Zweifelh	11. Ablenken	12. Ausw.-Erklären	Einzelstrategien gesamt	Kombinationen K2	ABLENKEN/AUSWEICHEN	14. Herabsetzen	15. Verlegenheit ausdrücken	16. ABL-Erklären	Einzelstrategien gesamt	Kombinationen K3	ABLEHNEN	18. Andere Interpretationen																			
MBG	AA	232	11	21	37	8	9	1	16	92	74	166	4	6	0	2	1	13	26	12	38	3	5	0	2	10	0	10	17	1															
	AB	226	11	20	49	10	7	0	18	104	66	170	8	7	2	3	0	7	27	9	36	0	7	0	0	7	0	7	12	1															
WBG	MBG	458	22	41	86	18	16	1	34	196	140	336	12	13	2	5	1	20	53	21	74	3	12	0	2	17	0	17	29	2															
	BB	238	2	10	44	10	8	0	7	79	112	191	4	0	2	3	0	6	15	17	32	0	6	0	1	7	1	8	7	0															
WBG	BA	232	6	10	44	16	5	3	10	88	105	193	2	0	0	1	2	4	9	11	20	0	1	0	1	2	1	3	15	1															
	WBG	470	8	20	88	26	13	3	17	167	217	384	6	0	2	4	2	10	24	28	52	0	7	0	2	9	2	11	22	1															
MBG	AA			9,05%	15,95%	3,45%	3,88%	0,43%	6,90%	39,66%	31,90%	71,55%	1,72%	2,59%	0,00%	0,86%	0,43%	5,60%	11,21%	5,17%	16,38%	1,29%	2,16%	0,00%	0,86%	4,31%	0,00%	4,31%	7,33%	0,43%															
	AB			8,85%	21,68%	4,42%	3,10%	0,00%	7,96%	46,02%	29,20%	75,22%	3,54%	3,10%	0,88%	1,33%	0,00%	3,10%	11,95%	3,98%	15,93%	0,00%	3,10%	0,00%	0,00%	3,10%	0,00%	3,10%	5,31%	0,44%															
WBG	MBG			8,95%	18,78%	3,93%	3,49%	0,22%	7,42%	42,79%	30,57%	73,36%	2,62%	2,84%	0,44%	1,09%	0,22%	4,37%	11,57%	4,59%	16,16%	0,66%	2,62%	0,00%	0,44%	3,71%	0,00%	3,71%	6,33%	0,44%															
	BB			4,20%	18,49%	4,20%	3,36%	0,00%	2,94%	33,19%	47,06%	80,25%	1,68%	0,00%	0,84%	1,26%	0,00%	2,52%	6,30%	7,14%	13,45%	0,00%	2,52%	0,00%	0,42%	2,94%	0,42%	3,36%	2,94%	0,00%															
WBG	BA			4,31%	18,97%	6,90%	2,16%	1,29%	4,31%	37,93%	45,26%	83,19%	0,86%	0,00%	0,00%	0,43%	0,86%	1,72%	3,88%	4,74%	8,62%	0,00%	0,43%	0,00%	0,43%	0,86%	0,43%	1,29%	6,30%	0,42%															
	WBG			4,26%	18,72%	5,53%	2,77%	0,64%	3,62%	35,53%	46,17%	81,70%	1,28%	0,00%	0,43%	0,85%	0,43%	2,13%	5,11%	5,96%	11,06%	0,00%	1,49%	0,00%	0,43%	1,91%	0,43%	2,34%	4,68%	0,21%															
KG MBG	AA	232	11	21	37	8	9	1	16	92	74	166	4	6	0	2	1	13	26	12	38	3	5	0	2	10	0	10	17	1															
	BA	232	6	10	44	16	5	3	10	88	105	193	2	0	0	1	2	4	9	11	20	0	1	0	1	2	1	3	15	1															
KG WBG	KG MBG	464	17	31	81	24	14	4	26	180	179	359	6	6	0	3	3	17	35	23	58	3	6	0	3	12	1	13	32	2															
	BB	238	2	10	44	10	8	0	7	79	112	191	4	0	2	3	0	6	15	17	32	0	6	0	1	7	1	8	7	0															
KG WBG	AB	226	11	20	49	10	7	0	18	104	66	170	8	7	2	3	0	7	27	9	36	0	7	0	0	7	0	7	12	1															
	KG WBG	464	13	30	93	20	15	0	25	183	178	361	12	7	4	6	0	13	42	26	68	0	13	0	1	14	1	15	19	1															
KG MBG	AA			9,05%	15,95%	3,45%	3,88%	0,43%	6,90%	39,66%	31,90%	71,55%	1,72%	2,59%	0,00%	0,86%	0,43%	5,60%	11,21%	5,17%	16,38%	1,29%	2,16%	0,00%	0,86%	4,31%	0,00%	4,31%	7,33%	0,43%															
	BA			4,31%	18,97%	6,90%	2,16%	1,29%	4,31%	37,93%	45,26%	83,19%	0,86%	0,00%	0,00%	0,43%	0,86%	1,72%	3,88%	4,74%	8,62%	0,00%	0,43%	0,00%	0,43%	0,86%	0,43%	1,29%	6,30%	0,42%															
KG WBG	KG MBG			6,68%	17,46%	5,17%	3,02%	0,86%	5,60%	38,79%	38,58%	77,37%	1,29%	1,29%	0,00%	0,65%	0,65%	3,66%	7,54%	4,96%	12,50%	0,65%	1,29%	0,00%	0,65%	2,59%	0,22%	2,80%	6,90%	0,43%															
	BB			4,20%	18,49%	4,20%	3,36%	0,00%	2,94%	33,19%	47,06%	80,25%	1,68%	0,00%	0,84%	1,26%	0,00%	2,52%	6,30%	7,14%	13,45%	0,00%	2,52%	0,00%	0,42%	2,94%	0,42%	3,36%	2,94%	0,00%															
KG WBG	AB			8,85%	21,68%	4,42%	3,10%	0,00%	7,96%	46,02%	29,20%	75,22%	3,54%	3,10%	0,88%	1,33%	0,00%	3,10%	11,95%	3,98%	15,93%	0,00%	3,10%	0,00%	0,00%	3,10%	0,00%	3,10%	5,31%	0,44%															
	KG WBG			6,47%	20,04%	4,31%	3,23%	0,00%	5,39%	39,44%	38,36%	77,80%	2,59%	1,51%	0,86%	1,29%	0,00%	2,80%	9,05%	5,60%	14,66%	0,00%	2,80%	0,00%	0,22%	3,02%	0,22%	3,23%	4,09%	0,22%															

Tabelle 85: Distribution der Komplimenterwiderungsstrategien im Deutschen unter Berücksichtigung des Geschlechts des Komplimentempfängers und -gebers

DEUTSCHE																																				
		Antworten gesamt		Kommentare	1. zustimmen	2. sich bedanken	3. sich freuen	4. zurückgeben	5. aufmuntern/ermutigen	6. A-erklären	Summe Reinaussagen	Kombinationen K1	ANNEHMEN	7. anbieten	8. scherzen	9. Bestätigung suchen	10. zweifeln	11. ablehnen	12. Ausweichen - Erklären	Summe Reinaussagen	Kombinationen K2	ABLEHNEN/AUSWEICHEN	13. nicht zustimmen	14. verunglimpfen	15. Verlegenheit ausdrücken	16. ABL-erklären	Summe Reinaussagen	Kombinationen K3	ABLEHNEN	17. Ignorieren	18. Andere/Sonstige					
MD	AA	212	27	24	36	9	4	1	11	85	58	143	0	5	2	2	1	14	24	11	35	1	5	0	3	9	2	11	20	3						
	AB	213	24	14	42	1	3	0	8	68	73	141	1	6	2	2	2	8	21	14	35	0	7	0	10	17	1	18	17	2						
	MD	425	51	38	78	10	7	1	19	153	131	284	1	11	4	4	3	22	45	25	70	1	12	0	13	26	3	29	37	5						
WD	BB	225	15	23	38	4	2	0	2	69	99	168	0	3	3	5	1	11	23	19	42	0	0	0	0	0	2	2	12	1						
	BA	218	21	23	47	4	0	1	5	80	88	168	1	1	1	5	0	10	18	13	31	0	2	1	4	7	0	7	11	1						
	WD	443	36	46	85	8	2	1	7	149	187	336	1	4	4	10	1	21	41	32	73	0	2	1	4	7	2	9	23	2						
MD	AA			11,32%	16,98%	4,25%	1,89%	0,47%	5,19%	40,09%	27,36%	67,45%	0,00%	2,36%	0,94%	0,94%	0,47%	6,60%	11,32%	5,19%	16,51%	0,47%	2,36%	0,00%	1,42%	4,25%	0,94%	5,19%	9,43%	1,42%						
	AB			6,57%	19,72%	0,47%	1,41%	0,00%	3,76%	31,92%	34,27%	66,20%	0,47%	2,82%	0,94%	0,94%	0,94%	3,76%	9,86%	6,57%	16,43%	0,00%	3,29%	0,00%	4,69%	7,98%	0,47%	8,45%	7,98%	0,94%						
	MD			8,94%	18,35%	2,35%	1,65%	0,24%	4,47%	36,00%	30,82%	66,82%	0,24%	2,59%	0,94%	0,94%	0,71%	5,18%	10,59%	5,88%	16,47%	0,24%	2,82%	0,00%	3,06%	6,12%	0,71%	6,82%	8,71%	1,18%						
WD	BB			10,22%	16,89%	1,78%	0,89%	0,00%	0,89%	30,67%	44,00%	74,67%	0,00%	1,33%	1,33%	2,22%	0,44%	4,89%	10,22%	8,44%	18,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,89%	0,89%	5,33%	0,44%						
	BA			10,55%	21,56%	1,83%	0,00%	0,46%	2,29%	36,70%	40,37%	77,06%	0,46%	0,46%	0,46%	2,29%	0,00%	4,59%	8,26%	5,96%	14,22%	0,00%	0,92%	0,46%	1,83%	3,21%	0,00%	3,21%	5,05%	0,46%						
	WD			10,38%	19,19%	1,81%	0,45%	0,23%	1,58%	33,63%	42,21%	75,85%	0,23%	0,90%	0,90%	2,26%	0,23%	4,74%	9,26%	7,22%	16,48%	0,00%	0,45%	0,23%	0,90%	1,58%	0,45%	2,03%	5,19%	0,45%						
KG MD	AA	212	27	24	36	9	4	1	11	85	58	143	0	5	2	2	1	14	24	11	35	1	5	0	3	9	2	11	20	3						
	BA	218	21	23	47	4	0	1	5	80	88	168	1	1	1	5	0	10	18	13	31	0	2	1	4	7	0	7	11	1						
	KG MD	430	48	47	83	13	4	2	16	165	146	311	1	6	3	7	1	24	42	24	66	1	7	1	7	16	2	18	31	4						
KG WD	BB	225	15	23	38	4	2	0	2	69	99	168	0	3	3	5	1	11	23	19	42	0	0	0	0	0	2	2	12	1						
	AB	213	24	14	42	1	3	0	8	68	73	141	1	6	2	2	2	8	21	14	35	0	7	0	10	17	1	18	17	2						
	KG WD	438	39	37	80	5	5	0	10	137	172	309	1	9	5	7	3	19	44	33	77	0	7	0	10	17	3	20	29	3						
KG MD	AA			11,32%	16,98%	4,25%	1,89%	0,47%	5,19%	40,09%	27,36%	67,45%	0,00%	2,36%	0,94%	0,94%	0,47%	6,60%	11,32%	5,19%	16,51%	0,47%	2,36%	0,00%	1,42%	4,25%	0,94%	5,19%	9,43%	1,42%						
	BA			10,55%	21,56%	1,83%	0,00%	0,46%	2,29%	36,70%	40,37%	77,06%	0,46%	0,46%	0,46%	2,29%	0,00%	4,59%	8,26%	5,96%	14,22%	0,00%	0,92%	0,46%	1,83%	3,21%	0,00%	3,21%	5,05%	0,46%						
	KG MD			10,93%	19,30%	3,02%	0,93%	0,47%	3,72%	38,37%	33,95%	72,33%	0,23%	1,40%	0,70%	1,63%	0,23%	5,58%	9,77%	5,58%	15,35%	0,23%	1,63%	0,23%	1,63%	3,72%	0,47%	4,19%	7,21%	0,93%						
KG WD	BB			10,22%	16,89%	1,78%	0,89%	0,00%	0,89%	30,67%	44,00%	74,67%	0,00%	1,33%	1,33%	2,22%	0,44%	4,89%	10,22%	8,44%	18,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,89%	0,89%	5,33%	0,44%						
	AB			6,57%	19,72%	0,47%	1,41%	0,00%	3,76%	31,92%	34,27%	66,20%	0,47%	2,82%	0,94%	0,94%	0,94%	3,76%	9,86%	6,57%	16,43%	0,00%	3,29%	0,00%	4,69%	7,98%	0,47%	8,45%	7,98%	0,94%						
	KG WD			8,45%	18,26%	1,14%	1,14%	0,00%	2,28%	31,28%	39,27%	70,55%	0,23%	2,05%	1,14%	1,60%	0,68%	4,34%	10,05%	7,53%	17,58%	0,00%	1,60%	0,00%	2,28%	3,88%	0,68%	4,57%	6,62%	0,68%						

Anhang IV: Beispielantworten für Komplimenterwiderungen

Deutsche Probanden

KOMPLIMENTERWIDERUNGS- STRATEGIEN

Situation 1 (Komplimentthema „Besitz“)

1. Zustimmung	Jo, ist schon ziemlich geil!/Finde ich auch./Ja, ist ganz nett./Ja, schick, nicht.
2. Sichbedanken	Danke!/Dankeschön!
3. Sichfreuen	-----
4. Zurückgeben	Ach, dein Handy hat doch auch viele Funktionen.
5. Aufmuntern/Ermutigen	Solltest du Dir auch zulegen!
6. A-Erklären	War echt teuer!
Kombinationen K1	Danke! Das wollte ich schon ewig haben./ Ja, ich habe es ganz neu. Ich kenne auch noch gar nicht alle Funktionen./ Danke schön. Ich finde es auch voll toll.
ANNEHMEN	
7. Anbieten	-----
8. Scherzen	Ist ja auch meins!
9. Bestätigung suchen	-----
10. Zweifeln	-----
11. Ablenken	-----
12. Ausweichen-Erklären	Ich habe es von XY zum Geburtstag bekommen.
Kombinationen K2	Ja, echt? Findest Du? Eigentlich nutze ich es nur zum Telefonieren. Danke, aber die vielen Funktionen sind mir nicht so wichtig.
ABLENKEN/AUSWEICHEN	
13. Nichtzustimmen	-----
14. Herabsetzen	Na ja, nicht so beeindruckend, ist halt ein Telefon!
15. Verlegenheit ausdrücken	-----
16. ABL-Erklären	Ich brauch' eigentlich kein Handy, das mir einen Käsekuchen backen kann.
Kombinationen K3	Dieses Handy hätte ich mir nie gewünscht. Befasse Dich lieber mit der Strahlenbelastung als Dich von der Technik beeindrucken zu lassen!
ABLEHNEN	
Ignorieren	-----
Andere Interpretationen	Finde den Fehler!
Kommentar	Ich würde nichts dazu sagen, da ich Bescheidenheit sehr wichtig finde./ Weil ich nicht arrogant wirken möchte.

**KOMPLIMENTENTERWIDERUNGS-
STRATEGIEN**

Situation 2 (Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“)

1. Zustimmungen	-----
2. Sichbedanken	Danke!
3. Sichfreuen	-----
4. Zurückgeben	Du aber auch. Wie geht es Dir?/
5. Aufmuntern/Ermutigen	-----
6. A-Erklären	-----
Kombinationen K1	Ja, ich weiß. Du auch. /Danke, Du aber auch!/Danke, ich weiß.
ANNEHMEN	
7. Anbieten	-----
8. Scherzen	-----
9. Bestätigung suchen	-----
10. Zweifeln	Findest Du? Schön Dich zu sehen.
11. Ablenken	Hey, was machst du denn hier?/Wie bist Du denn drauf!
12. Ausweichen-Erklären	Ach, eigentlich bin ich gerade total im Stress. Aber danke.
Kombinationen K2	-----
ABLENKEN/AUSWEICHEN	
13. Nichtzustimmen	-----
14. Herabsetzen	-----
15. Verlegenheit ausdrücken	-----
16. ABL-Erklären	-----
Kombinationen K3	-----
ABLEHNEN	
Ignorieren	Gut geht's! Und Dir?/ Ganz gut, was machst Du so?/ Hervorragend. Und selbst?
Andere Interpretationen	-----
Kommentar	-----

**KOMPLIMENTENTERWIDERUNGS-
STRATEGIEN**

Situation 3 (Komplimentthema „Leistungen/Fähigkeiten“)

1. Zustimmung	Da sieht man mal.
2. Sichbedanken	Vielen Dank!/ Danke./ Danke für die Blumen!
3. Sichfreuen	Freut mich, dass es Ihnen geschmeckt hat.
4. Zurückgeben	-----
5. Aufmuntern/Ermutigen	-----
6. A-Erklären	Kochen ist eine kleine Leidenschaft von mir.
Kombinationen K1	Vielen Dank, das freut mich! / Ja, Übung macht den Meister./ Ja ja, das Beste kommt immer erst zum Schluss.
ANNEHMEN	
7. Anbieten	-----
8. Scherzen	Schleimer!
9. Bestätigung suchen	Warum? Hätten Sie mir das nicht zugetraut?
10. Zweifeln	-----
11. Ablenken	-----
12. Ausweichen-Erklären	Ich will mich nicht mit fremden Federn schmücken, mein Ehemann hat das gekocht! Aber ich werde es ihm ausrichten./Das Kompliment geht an meine Frau.
Kombinationen K2	Danke! Aber eigentlich kann ich nur wenige Gerichte gut kochen/"Können" ist übertrieben. Aber ich koche gerne.
ABLENKEN/AUSWEICHEN	
13. Nichtzustimmen	-----
14. Herabsetzen	Ach, das war ja nichts Besonderes./Jetzt übertreiben Sie aber, war ja nur eine Kleinigkeit.
15. Verlegenheit ausdrücken	-----
16. ABL-Erklären	-----
Kombinationen K3	-----
ABLEHNEN	
Ignorieren	-----
Andere Interpretationen	-----
Kommentar	Ich würde spontan mit Sicherheit eine freundliche Antwort parat haben, im Stillen aber eher ein bisschen konsterniert sein, weil ich zu schleimerische Aussagen eigentlich nicht mag.

**KOMPLIMENTENTERWIDERUNGS-
STRATEGIEN**

Situation 4 (Komplimentthema „Leistungen/Fähigkeiten“)

1. Zustimmungen	Ich bin halt gut!
2. Sichbedanken	Danke./ Vielen Dank für das Kompliment.
3. Sichfreuen	Das freut mich zu hören./ Oh, das ist schön zu hören./ Oh, das ist ja eine positive Rückmeldung.
4. Zurückgeben	-----
5. Aufmuntern/Ermutigen	-----
6. A-Erklären	Ich habe viel dafür gelernt!/ Dann hat sich die Arbeit ja gelohnt.
Kombinationen K1	Das freut mich. Da kann ich zufrieden sein./ Wow, vielen Dank! Ich fand das Thema auch sehr interessant.
ANNEHMEN	
7. Anbieten	-----
8. Scherzen	War das die erste?
9. Bestätigung suchen	Oh, wirklich?!
10. Zweifeln	Echt? Hätte ich gar nicht gedacht. /Das kann ich gar nicht glauben!
11. Ablenken	-----
12. Ausweichen-Erklären	-----
Kombinationen K2	Echt? Wow, das ist krass. Vielen Dank./ Echt? Vielen Dank. Hab mich auch richtig angestrengt.
ABLENKEN/AUSWEICHEN	
13. Nichtzustimmen	-----
14. Herabsetzen	-----
15. Verlegenheit ausdrücken	:) Jetzt bringen Sie mich aber in Verlegenheit.
16. ABL-Erklären	-----
Kombinationen K3	-----
ABLEHNEN	
Ignorieren	-----
Andere Interpretationen	
Kommentar	Ich wäre verlegen wüsste nicht, was ich sagen soll./ Das wäre mir peinlich! Würde nur lächeln.

**KOMPLIMENTENTERWIDERUNGS-
STRATEGIEN**

Situation 5 (Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“)

1. Zustimmungen	Das höre ich öfter./ Ich weiß, ich hab mich gut gehalten!/ Ja, das sagen viele.
2. Sichbedanken	Vielen Dank auch./ Dankeschön./ Danke für das Kompliment.
3. Sichfreuen	Das freut mich wirklich.
4. Zurückgeben	Ich sie auch.
5. Aufmuntern/Ermutigen	-----
6. A-Erklären	Ich hab mich gut gehalten.
Kombinationen K1	Das passiert mir öfter. Sie haben sich aber auch gut gehalten.
ANNEHMEN	
7. Anbieten	-----
8. Scherzen	Das war nicht ganz billig so auszusehen! /...und das bei meinen grauen Haaren.
9. Bestätigung suchen	Oh, wirklich?
10. Zweifeln	Das kann ich gar nicht glauben!
11. Ablenken	-----
12. Ausweichen-Erklären	Was Kleidung alles bewirken kann.../Man ist so alt wie man sich fühlt.
Kombinationen K2	Ich hab ja auch noch 'ne knackige Frisur! Nein, ich treibe viel Sport!/ Tatsächlich? Sie sind der erste Mensch, der mich jünger schätzt.
ABLENKEN/AUSWEICHEN	
13. Nichtzustimmen	Leider nein.
14. Herabsetzen	Na ja, so jung bin ich ja nun auch nicht!
15. Verlegenheit ausdrücken	-----
16. ABL-Erklären	Also in meinem Alter ist das aber noch kein Kompliment. Da müssen wir noch ein paar Jahre warten.
Kombinationen K3	-----
ABLEHNEN	
Ignorieren	-----
Andere Interpretationen	Ach, na so was.
Kommentar	Lass ich so im Raum stehen./ Ich wüsste nicht, was man darauf sagen soll!/ Viele Antworten könnten leicht arrogant rüberkommen.

**KOMPLIMENTENTERWIDERUNGS-
STRATEGIEN**

Situation 6 (Komplimentthema „Besitz“)

1. Zustimmungen	Ja, ich bin auch total zufrieden./ Ich finde es auch super, das war ein guter Kauf.
2. Sichbedanken	Vielen Dank!/ Danke, nett von Ihnen.
3. Sichfreuen	-----
4. Zurückgeben	-----
5. Aufmuntern/Ermutigen	Wenn Sie schon fleißig sind, können Sie sich so eins auch irgendwann leisten.
6. A-Erklären	Hart erarbeitet!
Kombinationen K1	Danke! Es fährt sich auch gut.../Dankeschön! Deshalb musste ich es unbedingt haben./ Danke. Ist auch nagelneu.
ANNEHMEN	
7. Anbieten	Auch mal fahren?
8. Scherzen	Ja, schau nur schluckt das Ding mehr als David Hasselhoff auf 100 km.
9. Bestätigung suchen	Ja, finden Sie?
10. Zweifeln	-----
11. Ablenken	-----
12. Ausweichen-Erklären	Das hat mein Mann ausgesucht./ Das ist das Auto meines Mannes.
Kombinationen K2	Naja, Hauptsache man hat ein Fortbewegungsmittel. Aber schön, dass es Ihnen gefällt./ Danke, aber ich mag es nicht gerne und werde ab morgen wieder Fahrrad fahren.
ABLENKEN/AUSWEICHEN	
13. Nichtzustimmen	-----
14. Herabsetzen	Na ja, ist doch bloß ein Auto.
15. Verlegenheit ausdrücken	-----
16. ABL-Erklären	Ist mir eigentlich egal ... solange es fährt.
Kombinationen K3	-----
ABLEHNEN	
Ignorieren	-----
Andere Interpretationen	-----
Kommentar	Weil es für mich nicht bedeutsam ist, wenn materiell aufgewertet wird./ Eine Antwort bei diesem Kommentar gegenüber einem geringer Verdienenden, scheint mir unangemessen.

Bulgarische Probanden

KOMPLIMENTERWIDERUNGS- STRATEGIEN

Situation 1 (Komplimentthema „Besitz“)

1. Zustimmung	<i>И на мен ми харесва./Наистина е страхотен./ Да, така е. /Модерна работа брат.</i> Mir gefällt es auch!/Es ist wirklich toll!/Ja, so ist es./ Schickes Ding, Alter!
2. Sichbedanken	<i>Благодаря!</i> Danke!
3. Sichfreuen	<i>Радвам се, че ти харесва.</i> Ich freue mich, dass es Dir gefällt./
4. Zurückgeben	-----
5. Aufmuntern/Ermutigen	<i>Пожелавам ти и на теб да имаш такъв!</i> Ich wünsche Dir, dass Du auch so eins bekommst!
6. A-Erklären	<i>Еми шанс.</i> Nun ja, Glück!
Kombinationen K1	<i>Да благодаря, подариха ми го./ Нали, модела просто е страхотен, точно такъв исках.</i> Ja, danke, ich habe es geschenkt bekommen./ Nicht wahr, das Modell ist einfach toll, genau so eins wollte ich haben.
ANNEHMEN	
7. Anbieten	<i>Ако искаш да го притежаваш - твой е./ Ако си харесам друг тоя ще ти го дам.</i> Wenn Du es haben willst - es gehört Dir./ Wenn mir ein anderes besser gefallen sollte, werde ich Dir dieses geben.
8. Scherzen	<i>Еее, кой как се уреди.</i> Tja, so läuft es halt.
9. Bestätigung suchen	-----
10. Zweifeln	-----
11. Ablenken	-----
12. Ausweichen-Erklären	<i>Подарък ми е за рождения ден.</i> Es ist ein Geschenk zu meinem Geburtstag.
Kombinationen K2	<i>Благодаря, но не мисля, че е специален./ Да, телефонът е хубав, но има и много по-добри.</i> Danke, aber ich denke nicht, dass es so besonders ist./ Ja, das Handy ist schön, aber es gibt noch bessere.
ABLENKEN/AUSWEICHEN	
13. Nichtzustimmen	-----
14. Herabsetzen	<i>Нищо особено.</i> Nichts Besonderes./
15. Verlegenheit ausdrücken	-----
16. ABL-Erklären	<i>За мен това няма значение! Важно е да ми върши работа във всяка една ситуация!</i> Für mich hat das keine Bedeutung! Es ist wichtig, dass es mir in jeder Situation nützt!
Kombinationen K3	-----
ABLEHNEN	
Ignorieren	-----
Andere Interpretationen	-----
Kommentar	

**KOMPLIMENTERWIDERUNGS-
STRATEGIEN**

Situation 2 (Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“)

1. Zustimmung	-----
2. Sichbedanken	Благодаря! Danke!
3. Sichfreuen	-----
4. Zurückgeben	Добре съм. И ти изглеждаш страхотно. Mir geht es gut. Du siehst auch toll aus!
5. Aufmuntern/Ermutigen	-----
6. A-Erklären	-----
Kombinationen K1	Да така си е, и ти също./ Мерси, ти също! Ja, so ist es, Du auch./Merci, Du auch!
ANNEHMEN	
7. Anbieten	-----
8. Scherzen	-----
9. Bestätigung suchen	-----
10. Zweifeln	-----
11. Ablenken	С какво се занимаваш? Was machst Du so?
12. Ausweichen-Erklären	-----
Kombinationen K2	О, мерси, ама не мисля, че съм се променила много от последния път. Oh, merci, aber ich denke nicht, dass ich mich seit dem letzten Mal sehr verändert habe.
ABLENKEN/AUSWEICHEN	
13. Nichtzustimmen	-----
14. Herabsetzen	-----
15. Verlegenheit ausdrücken	-----
16. ABL-Erklären	Само така изглежда. Не съм добре. Es sieht nur so aus. Mir geht es nicht gut.
Kombinationen K3	-----
ABLEHNEN	
Ignorieren	И аз се радвам да те видя! Ich freue mich auch, Dich zu sehen!
Andere Interpretationen	-----
Kommentar	

**KOMPLIMENTENTERWIDERUNGS-
STRATEGIEN**
Situation 3 (Komplimentthema „Leistungen/Fähigkeiten“)

1. Zustimmung	<i>Наистина се справям добре.</i> Ich kann das wirklich gut.
2. Sichbedanken	<i>Благодаря Ви!</i> Ich danke Ihnen.
3. Sichfreuen	<i>Радвам се да го чуя.</i> Ich freue mich, das zu hören.
4. Zurückgeben	-----
5. Aufmuntern/Ermutigen	-----
6. A-Erklären	<i>Постарах се да ви хареса.</i> Ich habe mir Mühe gegeben, damit es Euch schmeckt.
Kombinationen K1	<i>Благодаря, постарах се./ Благодаря! Радвам се, че ви е харесало.</i> Danke, ich habe mir Mühe gegeben./ Danke! Ich freue mich, dass es Euch geschmeckt hat.
ANNEHMEN	
7. Anbieten	<i>Тогава скоро пак ще се съберем и ще сготвя.</i> Dann treffen wir uns bald wieder und ich koche.
8. Scherzen	<i>Тихите води са най-дълбоки./ Мъжете могат всичко.</i> Stille Wasser sind tief./ Männer können alles.
9. Bestätigung suchen	<i>Дано наистина да ви е харесало.</i> Ich hoffe, dass es Euch wirklich geschmeckt hat.
10. Zweifeln	
11. Ablenken	<i>Надявам се това да не бъде последната ни вечер заедно.</i> Ich hoffe, dass das nicht unser letzter gemeinsamer Abend bleibt.
12. Ausweichen-Erklären	<i>Тайни рецепти на баба ми.</i> Geheime Rezepte von meiner Oma.
Kombinationen K2	<i>Дано да ви е харесало наистина, постарах се.</i> Ich hoffe, dass es Euch wirklich geschmeckt hat, ich habe mir Mühe gegeben.
ABLENKEN/AUSWEICHEN	
13. Nichtzustimmen	-----
14. Herabsetzen	-----
15. Verlegenheit ausdrücken	-----
16. ABL-Erklären	-----
Kombinationen K3	-----
ABLEHNEN	
Ignorieren	-----
Andere Interpretationen	-----

**KOMPLIMENTENTERWIDERUNGS-
STRATEGIEN**

Situation 4 (Komplimentthema „Leistungen/Fähigkeiten“)

1. Zustimmung	<i>И аз така мисля.</i> Ich bin auch derselben Meinung.
2. Sichbedanken	<i>Благодаря Ви! / Много благодаря.</i> Danke Ihnen!/Vielen Dank!
3. Sichfreuen	<i>Много се радвам, че Ви е харесала.</i> Ich freue mich sehr, dass sie Ihnen gefallen hat.
4. Zurückgeben	-----
5. Aufmuntern/Ermutigen	-----
6. A-Erklären	<i>Много труд съм хвърлил за нея. / Отне ми доста време да я изготвя.</i> Ich habe viel Arbeit darin gesteckt. / Ich habe viel Zeit investiert, um sie fertig zu stellen.
Kombinationen K1	<i>Благодаря Ви, постарах се много да я напиша./ Благодаря Ви господин професор. Вие сте ме учили.</i> Ich danke Ihnen, ich habe mich sehr bemüht, um sie zu schreiben./ Danke, Herr Professor. Sie haben mich gelehrt.
ANNEHMEN	
7. Anbieten	-----
8. Scherzen	-----
9. Bestätigung suchen	-----
10. Zweifeln	<i>А, това не може да бъде!?</i> Wie, das kann nicht sein!?
11. Ablenken	-----
12. Ausweichen-Erklären	-----
Kombinationen K2	<i>Наистина ли? Аз мислех, че няма да я харесате.</i> Wirklich? Ich dachte, sie wird Ihnen nicht gefallen.
ABLENKEN/AUSWEICHEN	
13. Nichtzustimmen	-----
14. Herabsetzen	-----
15. Verlegenheit ausdrücken	-----
16. ABL-Erklären	-----
Kombinationen K3	-----
ABLEHNEN	
Ignorieren	-----
Andere Interpretationen	
Kommentar	<i>Не знам какво да отговоря./</i> Ich weiß nicht, was ich antworten soll.

KOMPLIMENTENTERWIDERUNGS-STRATEGIEN *Situation 5 (Komplimentthema „äußeres Erscheinungsbild“)*

1. Zustimmung	<i>Доста често ми го казват в последно време.</i> Ich höre es sehr oft in letzter Zeit.
2. Sichbedanken	<i>Благодаря!/ Благодаря за комплимент.</i> Danke!/ Danke für das Kompliment.
3. Sichfreuen	<i>За което много се радвам.</i> Darüber freue ich mich sehr.
4. Zurückgeben	<i>Вие също.</i> Sie auch.
5. Aufmuntern/Ermutigen	-----
6. A-Erklären	<i>Старая се да изглеждам добре./ Може би, защото се усмихвам повече.</i> Ich gebe mir Mühe, gut auszusehen./ Vielleicht, weil ich mehr lächele.
Kombinationen K1	<i>Мерси! Вие също./ Благодаря! Спортувам често!</i> Merci, Sie auch!/ Danke! Ich treibe oft Sport!
ANNEHMEN	
7. Anbieten	-----
8. Scherzen	<i>Понеже се бръсна много гладко напоследък.</i> Weil ich mich in letzter Zeit sehr glatt rasiere.
9. Bestätigung suchen	<i>Мислите ли?</i> Meinen Sie?
10. Zweifel	<i>Не знам дали да го приема като комплимент или обида!</i> Ich weiß nicht, ob ich es als Kompliment oder als Beleidigung annehmen soll.
11. Ablenken	-----
12. Ausweichen-Erklären	<i>Вероятно е наследствено.</i> Ist wahrscheinlich vererbt.
Kombinationen K2	.
ABLENKEN/AUSWEICHEN	
13. Nichtzustimmen	<i>Бъркаш се!</i> Du irrst Dich!
14. Herabsetzen	
15. Verlegenheit ausdrücken	-----
16. ABL-Erklären	-----
Kombinationen K3	-----
ABLEHNEN	
Ignorieren	-----
Andere Interpretationen	
Kommentar	-----

**KOMPLIMENTENTERWIDERUNGS-
STRATEGIEN**

Situation 6 (Komplimentthema „Besitz“)

1. Zustimmung	Да, наистина./ Нали, и на мен ми харесва./ Да, страхотна е!/ Да, и аз така мисля. Ja, stimmt./ Nicht wahr, mir gefällt es auch./ Ja, es ist toll!/ Ja, das denke ich auch.
2. Sichbedanken	Благодаря. Danke.
3. Sichfreuen	Радвам се, че Ви харесва. Ich freue mich, dass es Ihnen gefällt.
4. Zurückgeben	-----
5. Aufmuntern/Ermutigen	-----
6. A-Erklären	Работих много, за да я купя./ Страхотна кола за човек с вкус. От малък обичам колите. Ich habe hart gearbeitet, um es mir zu kaufen./ Tolles Auto für jemand mit Geschmack. Seit meiner Kindheit liebe ich Autos.
Kombinationen K1	Благодаря! И аз не мога да и се нарадвам!/ Да така е. След време и Вие може да имате същата./ Благодаря, искате ли да се повозите?/ Благодаря, да Ви закарам? Danke! Ich kann mich auch nicht daran sattsehen!/ Ja, so ist es. Nach einer Zeit könnten Sie auch so eins besitzen/Danke, möchten Sie mitfahren?/ Danke, soll ich Sie mitnehmen/fahren?
ANNEHMEN	
7. Anbieten	Хайде да се повозим./ Ела да те повозя малко./ Искаш ли да те закарам?/ Ако желаеш, ще те откарам. Lass uns eine Runde drehen./ Komm, wir drehen eine Runde./ Möchtest Du, dass ich Dich nach Hause fahre?/ Wenn Du möchtest, fahre ich Dich.
8. Scherzen	Единственото, което не и харесвам е, че не е моя. Das Einzige, was ich daran nicht mag, ist, dass es nicht mir gehört.
9. Bestätigung suchen	
10. Zweifel	Наистина ли ти харесва? Gefällt es Dir wirklich?
11. Ablenken	-----
12. Ausweichen-Erklären	Служебна е :) Es ist ein Dienstwagen.
Kombinationen K2	Мерси, но определено не е нищо особено. Merci, aber es ist sicher nichts Besonderes.
ABLENKEN/AUSWEICHEN	
13. Nichtzustimmen	-----
14. Herabsetzen	Просто кола./Einfach ein Auto.
15. Verlegenheit ausdrücken	-----
16. ABL-Erklären	Кола като всяка друга - за една жена е нужно да и върши работа и да е красива. /Es ist ein Auto wie jedes andere auch - für eine Frau ist es nötig, dass es seine Dienste tut und schön aussieht.
Kombinationen K3	-----
ABLEHNEN	